

KESEPIAN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA

SKRIPSI



Oleh:

Dyah Ayu Candra

201210230311052

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2017

KESEPIAN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Sarjana Psikologi**



Oleh:

Dyah Ayu Candra

201210230311052

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2017

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Skripsi : Kesenian dan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa
2. Nama Peserta : Dyah Ayu Candra
3. NIM : 201210230311052
4. Fakultas : Psikologi
5. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang
6. Waktu Penelitian : 18 Januari 2017 – 23 Januari 2017

Skripsi ini telah diuji oleh dewan penguji pada tanggal 15 April 2017

Dewan Penguji

Ketua Penguji : Ni'Matuzahroh, S.Psi, M.Si ()

Anggota Penguji : Zainul Anwar, M.Psi ()

Yudi Suharsono, S.Psi, M.Si ()

Istiqomah, S.Psi, M.Si ()

Pembimbing I

Pembimbing II

Ni'Matuzahroh, M.Si

Zainul Anwar, M.Psi

Malang,

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

Dr. Iswinarti, M.Si

SURAT PENYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dyah Ayu Candra

Nim : 201210230311052

Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi

PerguruanTinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi / karya ilmiah yang berjudul :

Kesepian dan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digambarkan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah / skripsi dan penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas Royalti, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Malang,

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Yang menyatakan

Yuni Nurhamida, S.Psi, M.Si

Dyah Ayu Candra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Kesenangan pada Mahasiswa”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan dan petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Iswinarti, M.Si selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang
2. Ibu Ni'Matuzahroh, M.Si dan Bapak Zainul Anwar, M.Psi selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran, serta perhatiannya demi memberikan bimbingan dan arahnya yang sangat bermanfaat, sehingga penulis dapat termotivasi agar skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Diana Savitri Hidyati, M.Psi selaku Dosen Wali yang telah mendukung dan memberi arahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu dari awal semester hingga saat ini.
5. Kedua orangtua Ayahanda Mujiyono Hadi Putro dan Ibunda Mursiti, kakak saya Yanti, Chrise, Luvi tersayang, serta seluruh keluarga yang telah mendukung dan mendo'akan dengan penuh cinta dan kasih sayang kepada penulis.
6. Seluruh teman-teman Psikologi A 2012 yang selalu memberikan *support* khususnya Marini, Eci, Risma, Elia, Ity, Rose, Ardi, Bhimo, Avif, Dhani, Indra, Bayu.
7. Terimakasih kepada Andi Nanda Afrio Akbari bersedia menjadi pendengar yang baik dan memberi dukungan serta nasehat agar segera menyelesaikan penelitian ini serta teman-teman yang membantu dan mendukung saya dari jauh, Frika, Anis, Mega, Zizah, Imam, dan Lani
8. Staff Laboratorium Psikologi terutama Mba Santi dan Mba Navy, yang selalu memaksa saya untuk lekas bimbingan, rekan part time saya dan teman-teman Tutor Mba Iim dan Mba Putri serta seluruh keluarga besar Laboratorium Psikologi.
9. Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang karena telah membantu dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat peneliti harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, Maret 2017

Dyah Ayu Candra

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Surat Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Lampiran	vii
ABSTRAK	viii
PENDAHULUAN	1
Keseharian.....	4
Intensitas	5
Media Sosial	5
Keseharian dan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa	6
Hipotesa	8
METODE PENELITIAN	8
Rancangan Penelitian.....	8
Subjek Penelitian	8
Variabel dan Instrumen Penelitian.....	9
Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	9
Prosedur dan Analisa Data.....	10
HASIL PENELITIAN.....	11
Hasil analisa data Regresi	13
DISKUSI	13
SIMPULAN DAN IMPLIKASI	17
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar1. Kerangka Berpikir.....	7
---------------------------------	---

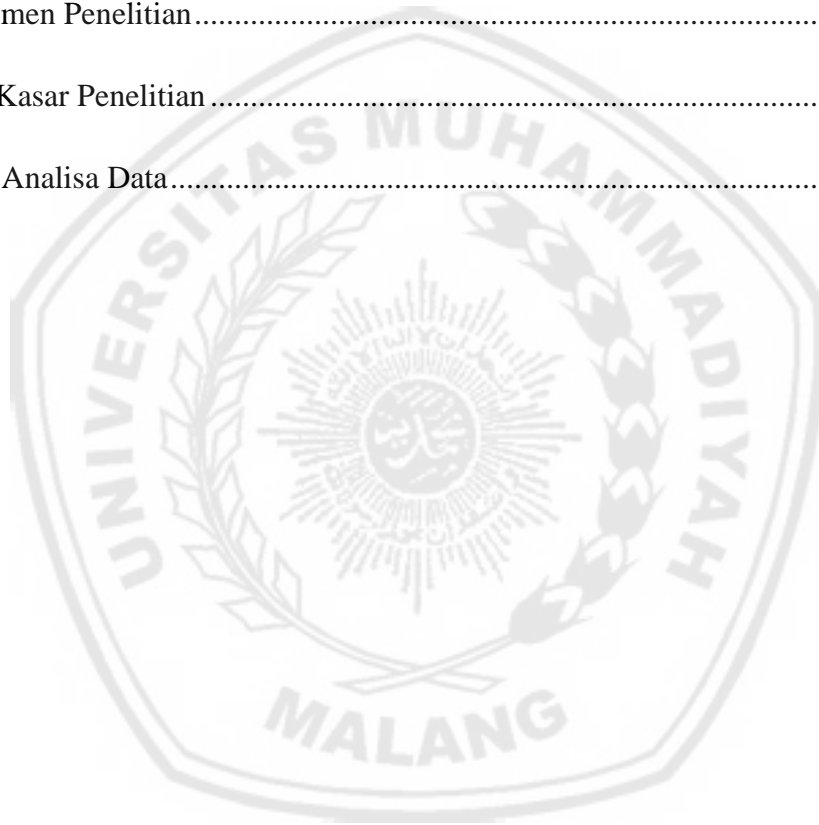


DAFTAR TABEL

Tabel 1. Deskripsi subjek.....	8
Tabel 2. Indeks Validitas Alat Ukur Penelitian	9
Tabel 3. Indeks Reliabilitas Alat Ukur Penelitian	10
Tabel 4. Pengguna Media Sosial.....	11
Tabel 5. Skor Rata-Rata	11
Tabel 6. Perbandingan Variabel pada subjek.....	12
Tabel 7. <i>T-Score</i> Intensitas penggunaan media sosial	12
Tabel 8. <i>T-Score</i> Kesepian.....	12
Tabel 9. Hasil Analisa Regresi.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Skala Try Out	22
Lampiran Data Kasar Try Out	27
Lampiran Output Try Out	30
Lampiran Blue Print Instrumen Penelitian	37
Lampiran Instrumen Penelitian	40
Lampiran Data Kasar Penelitian	45
Lampiran Hasil Analisa Data	55



KESEPIAN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA

Dyah Ayu Candra

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang

candraayu62@gmail.com

Teknologi berupa internet bukanlah lagi hal yang baru, kemudahan akses membuat semua orang bisa mengaksesnya dengan mudah serta membuat pola interaksi sosial sedikit banyak bergeser menjadi interaksi secara online. Ada dua hal kemungkinan menyangkut kesepian dan internet. Yang pertama internet menyebabkan seseorang kesepian, dan yang kedua orang-orang yang sudah kesepian menggunakan internet untuk menghabiskan waktu di internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kesepian dan intensitas penggunaan media sosial. Teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling* dengan 215 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan Universitas Lambung Mangkurat (ULM) sebagai subjek penelitian. Instrument dalam penelitian menggunakan skala SELSA-S (Social and Emotional Loneliness Scale Adults) dan Skala intensitas dengan analisa data menggunakan Regresi. Hasil menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel ($\text{sig}=0,005$) dengan angka korelasi (r) 0,471.

Kata Kunci: Kesepian, Intensitas, Media Sosial, Mahasiswa

Internet technology is no longer a new thing, the ease of access makes everyone can access it easily and make the pattern of social interaction a little more shifted to interaction online. There are two possible possibilities concerning loneliness and the internet. The first internet causes someone lonely, and the second lonely people use the internet to spend time on the internet. The purpose of this study was to determine the relationship between loneliness and the intensity of social media usage. The sampling technique used incidental sampling with 215 students of University of Muhammadiyah Malang (UMM) and Universitas Lambung Mangkurat (ULM) as research subject. Instrument in research using scale of SELSA-S (Social and Emotional Loneliness Scale Adults) and Scale intensity with data analysis using Regression. The results showed that there was a significant relationship between the two variables ($\text{sig} = 0.005$) with the correlation (r) 0.471

Keywords : Loneliness, Intensity, Social Media, Students

Perkembangan teknologi berupa internet bukanlah lagi hal yang baru, kemudahan akses membuat semua orang bisa mengaksesnya dengan mudah. Semakin majunya teknologi membuat manusia memiliki kemudahan dalam banyak hal, salah satunya dalam hal komunikasi. Komunikasi adalah hal utama yang dibutuhkan seseorang untuk menjalin hubungan dengan orang lain, terlepas dari jenis komunikasi seperti apa yang digunakan. Kualitas komunikasi menjadi hal penting dalam hal membangun kedekatan. Komunikasi yang paling sering dilakukan yaitu komunikasi secara langsung dimana orang yang berkomunikasi saling bertemu dan bertatap muka. Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, saat ini komunikasi tatap muka dapat diwakilkan dengan adanya komunikasi secara tidak langsung, yaitu komunikasi yang menggunakan jasa atau alat tertentu. Internet adalah sebuah jaringan komputer yang saling terhubung, sehingga orang yang memiliki jaringan internet dapat terhubung satu sama lainnya. Internet merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang memudahkan manusia dalam berkomunikasi jarak jauh dan menjalankan aktivitas sehari-hari. Dengan internet, seseorang bisa mengakses informasi dalam waktu singkat ke seluruh dunia.

Jumlah pengguna internet di Indonesia sendiri meningkat 15% semenjak Januari 2015 silam sehingga kini jumlah pengguna internet mencapai 88,1 juta orang dari total populasi 259 juta jiwa. Dimana rata-rata pemakaian per harinya lewat PC atau tablet ialah 4 jam 42 menit, sedangkan waktu yang di habiskan untuk berselancar di ponsel lebih sedikit, yakni 3 jam 33 menit saja (Novidhiasta, 2016). Dilansir dari sebuah berita *online*, diketahui terdapat 85% dari 2000 responden yang menggunakan setidaknya 10 aplikasi di *smartphone* mereka, sementara 10% lainnya memiliki lebih dari 40 aplikasi mobile. Banyaknya aplikasi yang di miliki berpengaruh pada waktu yang di gunakan untuk mengecek *smartphone* mereka. 50% dari pengguna selalu mengecek *smartphone* miliknya 100 hingga 200 kali dalam sehari, yang berarti pengguna di Indonesia mengecek *smartphone* mereka tiap 5 sampai 10 menit sekali (Damar, 2016). Sedangkan data lainnya menyebutkan bahwa orang Indonesia menggunakan *smartphone* mereka 5,5 jam sehari (Nistanto, 2016).

Kemudahan yang di dapat dengan menggunakan internet saat ini membuat pola interaksi sosial sedikit banyak bergeser. Jika awalnya manusia berkomunikasi dengan bertemu secara langsung atau dengan melakukan tatap muka, maka di zaman yang serba teknologi ini manusia hanya memerlukan koneksi internet melalui dunia maya atau di sebut juga media sosial untuk tetap berhubungan satu sama lain. Media sosial sendiri adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010). Secara umum, media sosial adalah sebuah alat, jasa, dan komunikasi secara *online* yang memfasilitasi hubungan orang yang satu dengan yang lainnya dimana dalam menjalin hubungan mereka memiliki kepentingan atau ketertarikan yang sama dalam penggunaannya. Lewat media sosial setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berinteraksi dengan banyak orang untuk mengaktualisasikan dirinya.

Kecenderungan menggunakan media sosial dalam kurun waktu yang lama dapat menyebabkan seseorang mengalami kecanduan atau *addicted*. Dari beberapa literatur, 22% studi fokus pada perilaku *internet addiction* (IA) tertentu dan menunjukkan heterogenitas antara *cyberaddiction*

dengan *game online* merupakan kecanduan yang paling umum, dan diikuti oleh *cybersex* dan jejaring sosial (Fernandez, 2015). Remaja yang mengalami *Internet Addiction* menunjukkan tingkat kesepian yang tinggi pula (Karapetsas, 2015). Hal ini selaras dengan Martin (2003) yang menyatakan bahwa internet membuat seseorang menjadi semakin kesepian secara sosial.

Kesepian sendiri adalah salah satu emosi umum yang dimiliki setiap manusia. Kesepian adalah salah satu emosi negatif yang dikarenakan tidak adanya suatu hubungan yang dirasa memuaskan yang disertai dengan adanya gejala tekanan psikologis terkait dengan tidak adanya hubungan yang nyata (Perlman & Peplau, 1982). Mereka juga berpendapat bahwa kesepian merupakan pengalaman subjektif, dimana kesepian yang dialami individu yang satu dengan individu lainnya bisa berbeda. Cherry (2015) menyatakan bahwa tiap individu memiliki perasaan kesepian yang berbeda dimana perasaan tersebut bersifat kompleks dan unik. Sedangkan menurut Baron & Byrney (2005) kesepian adalah suatu reaksi emosional dan kognitif individu terhadap sebuah kondisi dimana individu tersebut hanya memiliki sedikit hubungan sosial yang tidak memuaskan karena ketidaksesuaian dengan harapannya (Hidayati, 2016).

Kesepian dapat terjadi pada individu-individu yang berkomunikasi secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (dengan media misalnya, internet). Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya teknologi saat ini menegaskan kesepian atau keterhubungan adalah pengalaman individual meskipun fenomenanya dapat dilihat secara sosial. Ketika kita sedang dalam suatu perkumpulan tidak jarang dari mereka cenderung lebih sering menatap *smartphone* mereka dibandingkan berkomunikasi tatap muka dengan orang yang ada disekitarnya. Pergeseran pola interaksi ini dapat dilihat ketika individu yang terhubung secara langsung dapat dipisahkan oleh ratusan mil jarak satu sama lain hanya dengan menggunakan *smartphone* dengan koneksi internet. Dalam hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa hadirnya teknologi ini memiliki 2 peluang dalam kaitannya dengan kesepian, pertama menjadi penyebab munculnya kesepian seseorang dan kedua menyembuhkannya kesepian.

Ada beberapa faktor mengapa seseorang menjadi merasa kesepian yaitu, kepribadian (Ryan & Xenos, 2011), harga diri rendah, rasa malu, penerimaan yang buruk oleh teman sebaya, kurangnya teman, kualitas pertemanan yang buruk (Vanhalst, 2012), sejarah hubungan yang jelek dan kehilangan atau tidak adanya figur yang mampu memberikan kasih sayang serta hubungan sosial yang tidak terpenuhi (Santrock 2002). Weiss (1998) menyatakan bahwa kesepian sosial sebagai akibat dari tidak memadainya akses ke hubungan sosial seperti jaringan rekan-rekan, tetangga atau teman dan kesepian emosional yang dirasakan sebagai kurang adanya hubungan dekat atau intim yang merupakan karakteristik hubungan dengan pasangan romantis, orang tua atau anak serta saudara (Adamczyk & DiTommaso, 2014).

Setiap orang dengan berbagai usia mengalami perasaan kesepian. Kesepian dianggap menjadi salah satu bumbu dalam kehidupan sehingga dipandang sebagai hal yang biasa terjadi. Kesepian bukanlah suatu gangguan psikologis, namun ketika seseorang mengalami kesepian secara terus menerus maka akan berdampak pada kesejahteraan psikologis seperti, depresi, serta dapat meningkatkan resiko bunuh diri (Perlman & Peplau, 1982). Ketika orang merasa kesepian,

mereka cenderung pemalu, lebih cemas, lebih merasa bermusuhan, lebih canggung secara sosial, dan harga diri rendah (Cacioppo, Fowler, & Christakis, 2009).

Orang dewasa rentan terkena kesepian yang disebabkan karena ketidaksukaan dan ketidakmampuan mempercayai orang lain, dimana hal ini dipengaruhi oleh pengalaman masa kanak-kanak (Lake, 1986). Fakta lain menyebutkan bahwa satu dari empat orang yang berusia 18-24 tahun seringkali merasa kesepian (Yusmanto, 2015). Sedangkan Santrock (2002) berpendapat bahwa masa transisi menuju perguruan tinggi merupakan waktu ketika seseorang rentan mengalami kesepian. Masa transisi ini adalah waktu dimana individu meninggalkan dunia tempat tinggal dan keluarga yang dikenalnya selama ini. Namun tidak jarang ditemukan banyak mahasiswa di tingkat yang lebih tinggi mengalami kesepian. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sheldon yang menunjukkan bahwa non-pengguna internet secara signifikan lebih tua, lebih pemalu serta memiliki tingkat kesepian yang lebih tinggi, kurang aktif secara sosial serta kurang rentan terhadap kegiatan mencari sensasi. Facebook bukanlah saluran pengganti komunikasi bagi mereka yang pemalu dan kesepian serta kurang tatap muka dalam berinteraksi (Sheldon, 2012)

Tingkat kesepian yang lebih rendah terjadi pada mereka yang memiliki hubungan pernikahan, pendapatan yang lebih besar, status pendidikan yang lebih tinggi, sedangkan jumlah tingkat kesepian yang tinggi terjadi pada mereka yang hidup sendiri, situs penggunaan internet kecil, serta kurangnya kualitas berbau dengan sosial (Cherry, 2016). Sedangkan Lake (1986) berpendapat bahwa kurangnya komunikasi adalah penyebab kesepian, dan kurangnya pengalaman dihargai dalam suatu hubungan intim adalah bagian terburuk dari kurangnya komunikasi.

Sedangkan penelitian lain mengatakan bahwa semakin tinggi ketertarikan mahasiswa terhadap twitter dan instagram mampu mengurangi kesepian mereka. Ini terjadi pada mereka yang membuat konten dan mereka yang mengonsumsi sosial media. Namun hal ini tidak ditemukan pada pemakaian facebook, yang artinya, mahasiswa lebih tertarik pada media sosial twitter dan instagram daripada facebook dimana kedua media sosial tersebut dapat mengurangi rasa kesepian mereka (Pittman, 2015). Penelitian lain yang menguji tentang perbandingan kesepian kepada siswa sekolah dan mahasiswa dalam penggunaan facebook menunjukkan bahwa siswa yang merasa kesepian lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan facebook, sedangkan untuk mahasiswa facebook dianggap sebagai faktor yang kurang dapat mewakili untuk meramalkan kesepian pada mahasiswa, sehingga dalam penelitian tersebut menyarankan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai hal tersebut (Ingvadóttir, 2014).

Dari penjabaran diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai kesepian dan kaitannya dengan media sosial, dimana media sosial secara umum dianggap mampu mengurangi tingkat kesepian seseorang. Subjek yang akan diteliti adalah mahasiswa yang berumur 18-25 tahun adalah sebagai pengguna terbesar media sosial serta menjadi usia yang rentan kesepian. Oleh karena itu, peneliti berasumsi bahwa dengan mengetahui intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa dapat mengurangi kesepian mereka. Adanya penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi tentang intensitas

penggunaan sosial media dan hubungannya dengan kesepian serta memahami penggunaan media sosial sebagai penghubung serta sarana komunikasi.

KESEPIAN

Weiss (1998) beranggapan bahwa kesepian bukanlah distorsi individu dalam persepsi sosial atau tingginya kebutuhan persahabatan, namun hasil dari kebutuhan manusia yang tidak terpenuhi. Kesepian adalah salah satu indikator yang menunjukkan kesejahteraan seseorang (Gierveld & Van Tilburg, 2006). Kesepian menurut Weiss dibagi menjadi dua macam, yaitu :

1. Kesepian emosional, yaitu ditandai dengan tidak adanya atau berakhirnya ikatan emosional dengan seseorang. Kesepian emosional misalnya orang dewasa dan pasangan atau hubungan persahabatan. Kesepian emosional lebih pada emosi yang bersifat intim.
2. Kesepian sosial yaitu kurangnya integrasi ke jaringan sosial. Misalnya perpindahan tempat tinggal, kurangnya aktivitas atau bahkan tidak adanya hubungan dalam kelompok atau komunitas, diskriminasi suatu ras dan lain sebagainya.

Menurut Lake (1986) salah satu penyebab kesepian adalah hilangnya kontak dengan orang-orang yang dicintai yang disebabkan berbagai macam alasan. Selain itu, kurangnya kesempatan untuk bergaul dan menerima persahabatan juga bisa terjadi karena adanya ikatan atau tanggung jawab. Menurutnya, ada tiga tahapan dalam terjadinya kesepian, yaitu :

- 1) Putus hubungan dengan orang lain sehingga ia kehilangan semua perilaku timbal balik, yaitu hal-hal yang menunjukkan bahwa ia disukai, dicintai atau diperhatikan oleh orang lain.
- 2) Hilangnya kepercayaan diri dan kepercayaan terhadap orang lain.
- 3) Kehilangan kemampuan untuk memberi dan menerima perilaku timbal balik, bahkan menjadi apatis.

Peplau and Perlman (1982) berpendapat bahwa Kesepian adalah emosional negatif yang dianggap sebagai tidak adanya suatu hubungan yang dirasa memuaskan yang disertai dengan adanya gejala tekanan psikologis terkait dengan tidak adanya hubungan yang nyata. Menurut Peplau dan Perlman secara umum memiliki 3 pendekatan dalam mendefinisikan kesepian, yaitu:

- 1) *Need for Intimacy*: pada aspek ini kesepian dipandang sebagai suatu perasaan sepi yang diakibatkan karena tidak terpenuhinya kebutuhan akan keakraban dengan orang lain
- 2) *Cognitive Process*: pada aspek ini kesepian merupakan hasil dari persepsi dan evaluasi individu terhadap hubungan sosial yang dianggap tidak memuaskan.
- 3) *Social Reinforcement*: pada aspek ini salah satu faktor penyebab seseorang bisa kesepian atau tidak karena adanya *reinforcement* sebagai bentuk hubungan sosial yang memuaskan dan tidak adanya *reinforcement* dapat menimbulkan perasaan kesepian.

Dari beberapa pengertian kesepian di atas, dapat disimpulkan bahwa kesepian adalah perasaan atau emosi negatif individu yang disebabkan karena kurangnya kontak sosial dengan orang lain atau tidak adanya hubungan yang dirasa memuaskan dengan orang lain.

INTENSITAS

Intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang di dasari rasa senang saat melakukan kegiatan yang dilakukan (Rinjani & Firmanto, 2013). Sedangkan intensitas akses internet adalah gambaran berapa lama dan sering responden menggunakan internet dengan berbagai tujuan atau motivasi (Andarwati & Sankarto, 2005).

Ada dua hal mendasar yang harus di amati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yaitu (1) frekuensi penggunaan internet dan (2) lamanya setiap kali mengakses internet (Horrigan, 2000)

Peneliti menjadikan beberapa data dalam latar belakang untuk dijadikan acuan bagi peneliti untuk menentukan tingkatan tinggi, sedang dan rendahnya tingkat intensitas penggunaan media sosial, yaitu lebih dari 6 jam per hari dianggap memiliki tingkatan yang tinggi, 6-3 jam per hari memiliki tingkatan sedang dan kurang dari 3 jam per hari memiliki tingkatan rendah dalam penggunaan media sosial.

MEDIA SOSIAL

Media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010), mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun dasar ideologi dan teknologi WEB 2.0 serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten User Generated, yaitu segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media berupa gambar, komentar, suara atau video serta berbagai unggahan yang ada di media sosial. Berikut adalah kategori media sosial menurut Kaplan Haenlein:

1. *Colaboration Project*: konten jenis ini memungkinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di *website*, contohnya wikipedia.
2. *Blogs dan microblogs*: media sosial berbasis halaman web pribadi dengan berbagai variasi, dari buku harian pribadi yang menggambarkan kehidupan penulis untuk ringkasan dari semua informasi yang relevan dalam satu konten spesifik.
3. *Content Communities*: berbagi konten media antara pengguna dimana kadar masyarakat untuk berbagi menggunakan berbagai jenis media seperti teks (*bookcrossing*), foto (*Flickr*), video (*Youtube*), dan presentasi *powerpoint* (*Slideshare*). Pengguna dalam konten ini tidak harus membuat konten pribadi.
4. *Social Network Sites (SNS)*: yaitu aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan menciptakan informasi serta profil pribadi, mengundang teman atau kolega untuk memiliki akses ke profil, dan mengirim e-mail serta pesan instan antara satu sama lain. Konten ini memiliki berbagai jenis informasi pribadi yang bisa di akses yaitu berupa foto, video, audio, file, serta blog yang terhubung ke Wikipedia. Facebook merupakan salah satu jenis SNS yang paling banyak di gunakan.
5. *Virtual Game World*: dunia maya adalah platform yang meniru lingkungan tiga dimensi dimana penggunanya dapat muncul dalam bentuk avatar pribadi dan berinteraksi dengan yang lainnya sebagaimana dalam kehidupan nyata.
6. *Virtual Social World*: merupakan kelompok kedua dari dunia maya, sering di sebut sebagai dunia sosial virtual, memungkinkan penggunanya untuk memilih perilaku mereka lebih bebas dan pada dasarnya kehidupan virtual yang mirip dengan kehidupan nyata mereka. Seperti di *virtual game world* pengguna *virtual social world* juga muncul dalam bentuk avatar dan berinteraksi dalam virtual lingkungan tiga dimensi.

Dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah tingat keseringan atau seberapa sering seseorang untuk menggunakan media sosial yang didasari oleh adanya tujuan atau motivasi dalam menggunakannya serta bertujuan untuk memungkinkan seseorang dalam penerimaan dan bertukar konten *User Generated*.

KESEPIAN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Weiss (1998) beranggapan bahwa kesepian bukanlah distorsi individu dalam persepsi sosial atau tingginya kebutuhan persahabatan, namun hasil dari kebutuhan manusia yang tidak terpenuhi. (Gierveld & Van Tilburg, 2006). Weiss (1998) menyatakan bahwa kesepian sosial sebagai akibat dari tidak memadainya akses ke hubungan sosial seperti jaringan rekan-rekan, tetangga atau teman dan kesepian emosional yang dirasakan sebagai kurang adanya hubungan dekat atau intim yang merupakan karakteristik hubungan dengan pasangan romantis, orang tua atau anak serta saudara (Adamczyk & DiTommaso, 2014). Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Weiss, Perlman & Peplau (1982) menyatakan bahwa kesepian adalah emosional negatif yang dianggap sebagai tidak adanya suatu hubungan yang dirasa memuaskan yang disertai dengan adanya gejala tekanan psikologis terkait dengan tidak adanya hubungan yang nyata.

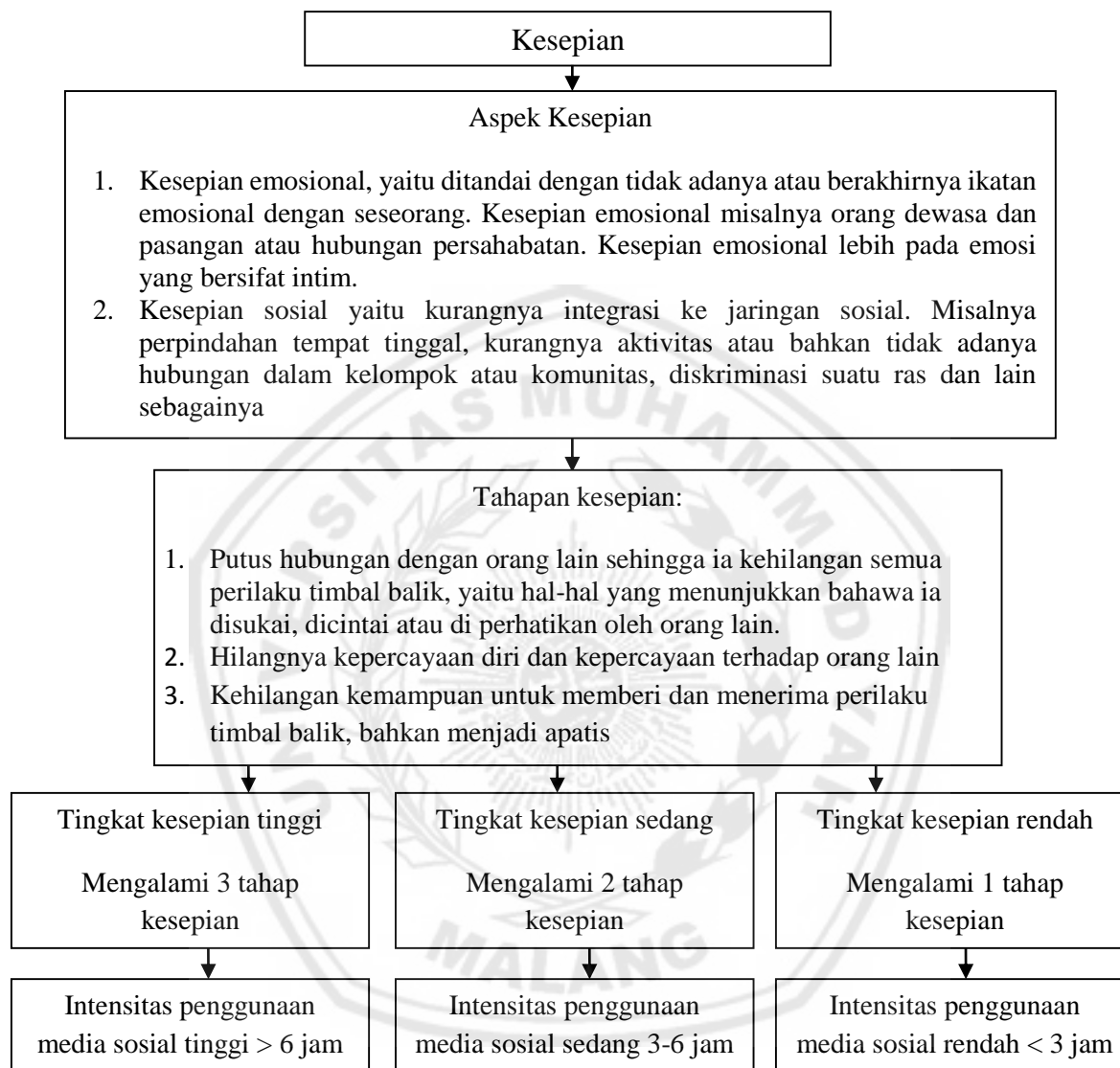
Setiap orang pernah mengalami kesepian, namun umumnya orang yang bosan menjadi kesepian memiliki dorongan tersendiri untuk mencari serta mendapatkan suatu hubungan seperti yang diharapkan dengan berbagai cara, yaitu berhubungan kembali dengan lingkungan sekitar secara langsung ataupun tidak langsung. Media sosial bisa menjadi salah satu alternatif yang ditawarkan untuk melakukan hubungan kembali pada orang-orang yang merasa tidak memiliki atau kurang memiliki hubungan sosial yang baik dengan orang lain. Media sosial yang digunakan oleh peneliti merupakan media sosial secara umum yang sering digunakan oleh subjek serta berfokus pada intensitas penggunaan media sosial yang dilakukan oleh subjek setiap harinya.

Lake (1986) berpendapat bahwa kurangnya komunikasi adalah penyebab kesepian, dan kurangnya pengalaman dihargai dalam suatu hubungan intim adalah bagian terburuk dari kurangnya komunikasi. Dalam hal ini komunikasi mencakup komunikasi langsung maupun komunikasi secara tidak langsung, namun dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada komunikasi tidak langsung dimana komunikasi yang dilakukan menggunakan media sosial.

Pendapat yang dikemukakan oleh Weiss dan Peplau & Perlman mengenai sebab terjadinya kesepian pada seseorang yang mana disebabkan karena tidak memadainya akses ke hubungan sosial serta kurang adanya hubungan dekat atau intim dengan pasangan atau keluarga, dengan ini peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai kesepian dan kaitannya dengan media sosial, dimana media sosial dianggap bisa menjadi salah satu cara mempermudah seseorang yang tidak memiliki akses atau memiliki keterbatasan untuk berhubungan dengan lingkungan sosial serta keluarganya.

Dari pendapat yang di kemukakan Cherry (2016) mengenai situs penggunaan internet kecil menjadi salah satu sebab seseorang bisa menjadi kesepian, yang berarti bahwa dengan mengetahui intensitas penggunaan media sosial seseorang bisa menjadi salah satu cara mengetahui apakah media sosial dapat membantu orang-orang yang kesepian untuk berhubungan kembali dengan lingkungannya guna mendapatkan hubungan yang diharapkan serta menjadi alternatif untuk membangun hubungan sosial dengan orang lain.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa berusia 18-25 tahun yang merupakan mayoritas pengguna Internet di Indonesia (Sugiharto, 2016), dimana usia tersebut dianggap sebagai usia transisi serta usia yang dianggap rentan kesepian. Usia transisi sendiri yaitu dari remaja akhir menuju dewasa awal dimana pada masa transisi atau peralihan dari satu tahap perkembangan yang satu ke tahap perkembangan selanjutnya (Hurlock, 1980)



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara kesepian dan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan analisis yang lebih menekankan data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2009). Adapun jenis penelitiannya adalah penelitian korelasional karena peneliti ingin mengetahui hubungan antara kedua variabel, serta ingin menguji tingkat signifikansinya.

Subjek Penelitian

Peneliti menggunakan populasi mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Malang dan mahasiswa aktif Universitas Lambung Mangkurat. Peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dimana tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian. Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *incidental sampling*, dimana dalam menentukan sampel penelitian ini bersifat “kebetulan” dan dapat digunakan sebagai sampel penelitian.

Adapun jumlah subjek yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 215 subjek. Gay & Diehl (1992) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian korelasional adalah minimum 30 subjek per variabel (Muhajir, 2016).

Tabel 1. Subjek Penelitian

	Kategori	Jumlah	Prosentase
Usia	18 Tahun	40	18,6%
	19 Tahun	28	13%
	20 Tahun	38	17,7%
	21 Tahun	57	26,5%
	22 Tahun	40	18,6%
	23 Tahun	12	5,6%
Universitas	Universitas Lambung Mangkurat	109	50,7%
	Universitas Muhammadiyah Malang	106	49,3%
Total		215	100%

Table 1 menunjukkan data usia dan asal universitas subjek yang digunakan dalam penelitian ini, dimana subjek yang berusia 18-20 tahun berjumlah 106 orang dengan prosentase 49,3% dan usia 21-23 tahun berjumlah 109 orang dimana prosentase yang diperoleh sebanyak 50,7%, sehingga total subjek dalam penelitian ini adalah 215 orang.

Variabel dan Instrumen Penelitian

Variabel bebas (x) dalam penelitian ini adalah kesepian, yaitu merupakan emosi negatif pada seseorang yang disebabkan karena tidak terpenuhinya kebutuhan seseorang dalam menjalin hubungan dekat dan bersifat intim atau tidak adanya figur yang dicintai. Untuk mengukur variabel terikat dalam penelitian ini digunakan skala Sosial and Emotional loneliness Scale for Adults (SELSA-S) oleh Adamczyk dan DiTommaso (2014). Uji reliabilitas untuk skala Loneliness didapatkan nilai koefisien cronbach alpha, yaitu 0,85. Skala terdiri dari tiga subskala terdiri dari family loneliness subscale, romantic loneliness subscale, dan social loneliness subscale yang dirancang untuk mengukur kesepian emosional dan kesepian sosial. Subjek diminta untuk memberikan tanda centang pada kolom jawaban yang paling sesuai dengan dirinya, yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, sangat tidak sesuai.

Variabel terikat (y) dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial, yaitu suatu kegiatan menggunakan media sosial dimana dalam kegiatan tersebut didasari oleh adanya tujuan atau motivasi dalam menggunakannya serta adanya tingat keseringan atau seberapa sering dan bertekad seseorang untuk menggunakan media sosial. Untuk mengukur variable bebas dalam penelitian ini digunakan adaptasi skala Intensitas mengakses Facebook (Chairunnisa, 2010) dimana aspek-aspek dalam skala tersebut meliputi (1) Frekuensi dan (2) Durasi atau lamanya menggunakan internet (Horrigan, 2000). Uji reliabilitas untuk skala intensitas didapatkan nilai koefisien *cronbach alpha* sebesar 0,665. Dengan begitu alat ukur ini juga cukup reliable untuk mengukur variable intensitas. Subjek diminta untuk melingkari jawaban yang paling sesuai dengan dirinya.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan hasil try out, maka diperoleh 11 item tetap dengan 4 item yang gugur pada skala kesepian yang berjumlah 15 item, sedangkan pada skala Intensitas tidak ada item yang gugur. Adapun detail nilai validitas dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 2. Indeks Validitas Alat Ukur Penelitian

Alat Ukur	Jumlah Item Diujikan	Jumlah Item Valid	Indeks Validitas
Skala Intensitas	2	2	0,553
Skala Kesepian	15	11	0,355-0,730

Tabel 3. Indeks Reliabilitas Alat Ukur Penelitian

Alat Ukur	Alpha	Keterangan
Skala Intensitas	0,664	Reliabel
Skala Kesepian	0,850	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa kedua instrument yang digunakan dalam penelitian ini reliabel jika dibandingkan dengan syarat nilai *cronbach alpha* yaitu 0,60 (Trihendradi, 2013). Dengan demikian skala tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Prosedur dan Analisa Data

Tahap pertama dari penelitian ini adalah tahap persiapan dimana peneliti menerjemahkan skala Sosial and Emotional loneliness Scale for Adults (SELSA-S) oleh Adamczyk dan DiTommaso (2014) dan mengadaptasi instrumen intensitas oleh Chairunnisa (2010) kemudian melakukan try out. Try out dilakukan dengan cara menyebarkan instrumen pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dan selanjutnya dianalisis untuk mengetahui reliabilitas dan validitas instrumen. Try out dilakukan dua kali, dimana try out pertama dilakukan pada tanggal 5-8 Januari 2017 pada 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Hasil uji coba pertama kurang proporsional, sehingga dilakukan try out kedua. Try out kedua dilakukan pada 9-10 Januari 2017 pada 30 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan, pada tahapan ini peneliti melakukan pengambilan data dengan menggunakan alat ukur yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Pengambilan data dilakukan pada 18-23 Januari 2017 dimana subjek penelitian yang diambil sebanyak 215 orang yang meliputi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara membagikan skala pada mahasiswa yang ada di lantai 5 GKB 1 UMM serta di beberapa tempat lain seperti di kantin 3,5, dan sekitaran GKB 1. Untuk mahasiswa ULM, kuesioner diberikan secara online dengan cara disebarkan ke grup kelas maupun angkatan.

Tahap ketiga adalah tahap analisa data. Metode analisa data yang digunakan adalah Regresi Linier sederhana untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi/dirubah-rubah atau dinaik turunkan (Sugiyono 2007) dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu *software SPSS 20.00 for Windows*.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang dipaparkan pada tabel di bawah ini. Adapun penjelasan lebih detail dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Pengguna Media Sosial

Karakteristik	Pengguna (%)			
	IG	Line	WA	BBM
ULM	49%	50%	46,8%	60,5%
UMM	51%	50%	53,2%	39,5%
Laki-laki	25%	25,5%	21,5%	20,3%
Perempuan	75%	74,5%	78,5%	79,7%
Total	100%			

Tabel 4 menunjukkan data penggunaan media sosial yang digunakan oleh subjek dalam penelitian ini. Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM) lebih banyak menggunakan BBM (60,5%), Line (50%), Instagram (49%), WhatsApp (WA) dengan prosentase 46,8%. ULM menggunakan media sosial lainnya yaitu Facebook, twitter, Snapchat, *Imo*, *Path*, *Bigo*, *Telegram*, *Wattpad*, *Pinterest*, *Thumblr*, *Blog* serta *YouTube*. Data media sosial yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang prosentase paling besar yaitu WhatsApp (WA) 53,2%, Instagram (51%), Line (50%), BBM (39,5%), dan media sosial lainnya seperti, Facebook, twitter, Snapchat, *Imo*, *Path*, *Linked*, *Ask.fm*, *Skype*, *Telegram*, *Thumblr*, *Blog* serta *YouTube*.

Tabel 5. Skor Rata-Rata (N=215)

Karakteristik	Σ Media Sosial	Kesepian	Intensitas	Jumlah Subjek	Prosentase
Laki-laki	4	52,94	6,48	54	25,1%
Perempuan	5	103	5,48	161	74,9%
Total				215	100%

Pada tabel 5 menjelaskan mengenai skor rata-rata yang diperoleh dalam penelitian ini. Skor rata-rata subjek laki-laki menggunakan 4 macam media sosial yang gunakan, sedangkan pada subjek perempuan menggunakan 5 media sosial. Skor rata-rata kesepian pada subjek laki-laki lebih rendah yaitu 52,94 sedangkan skor rata-rata kesepian pada subjek perempuan lebih tinggi yaitu mencapai 103, sedangkan skor rata-rata intensitas penggunaan media sosial pada subjek laki-laki mencapai 6,48 dan pada subjek perempuan sedikit lebih rendah yaitu 5,48. Jumlah subjek laki-laki dalam penelitian ini berjumlah 54 orang dengan prosentase 25,1% dan subjek perempuan berjumlah 161 orang dengan prosentase 74,9%.

Tabel 6. Perbandingan Variabel pada Subjek

Karakteristik	Kesepian	Intensitas Penggunaan Media Sosial
UMM	33,09	5,44
ULM	33,51	5,04

Table 6 menjelaskan skor rata-rata kesepian dan intensitas penggunaan media sosial ditinjau dari jenis subjek. Angka skor rata-rata kesepian pada subjek UMM lebih rendah (33,09) dibandingkan dengan subjek ULM (33,51), yang artinya semakin rendah skor kesepian maka tingkat kesepian semakin tinggi. Sedangkan untuk skor rata-rata Intensitas penggunaan media sosial pada subjek UMM lebih tinggi (5,44) dibandingkan dengan subjek ULM (5,04). Namun perbedaan skor rata-rata tiap variabel pada subjek tidak terlalu besar.

Tabel 7. T-Score Intensitas Penggunaan Media Sosial

Kategori	Frekuensi		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Tinggi	22 (40,7%)	86 (53,4%)	108 (50,2%)
Rendah	32 (59,3%)	75 (46,6%)	107 (49,8%)
Total	54 (100%)	161 (100%)	215 (100%)

Tabel 7 menjelaskan bahwa laki-laki yang berada pada kategori intensitas penggunaan media sosial tinggi berjumlah 22 subjek (40,7%), dan laki-laki yang berada pada kategori intensitas penggunaan media sosial yang rendah sedikit lebih banyak yaitu 32 subjek (59,3%). Sedangkan pada subjek perempuan kategori intensitas penggunaan media sosial tinggi berjumlah 86 subjek (53%) dan pada kategori rendah 75 subjek (46,6%). Secara keseluruhan, jumlah kategori intensitas penggunaan media sosial tinggi 108 subjek (50,2%) dan kategori rendah 107 subjek (49,8%).

Tabel 8. T-Score Kesepian

Kategori	Frekuensi		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Tinggi	24 (44,4%)	83 (51,5%)	107 (49,8%)
Rendah	30 (55,6%)	78 (48,5%)	108 (50,2%)
Total	54 (100%)	161 (100%)	215 (100%)

Tabel 8 menjelaskan bahwa laki-laki yang berada pada kategori kesepian tinggi berjumlah 24 subjek (44,4%), dan laki-laki yang berada pada kategori kesepian yang rendah sedikit lebih banyak yaitu 30 subjek (55,6%). Sedangkan pada subjek perempuan kategori kesepian tinggi berjumlah 83 subjek (51,5%) dan pada kategori rendah 78 subjek (48,5%). Secara keseluruhan, jumlah kategori intensitas penggunaan media sosial tinggi 107 subjek (49,8%) dan kategori rendah 108 subjek (50,2%).

Tabel 9. Hasil Analisa regresi

Koefisien Korelasi	R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Signifikansi
0,471	0,471	0,222	1,653	0,093	0,000

Berdasarkan tabel 9, koefisien korelasi antara variable kesepian dengan intensitas penggunaan media sosial adalah 0,471 dengan tingkat signifikansi koefisien korelasi sebesar 0,000, karena probabilitasnya $< 0,05$, maka ada hubungan antara kesepian dengan intensitas penggunaan media sosial dimana hubungan tersebut bersifat positif yang berarti semakin tinggi kesepian maka semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial.

Angka R square pada table di atas sebesar 0,222. R square dapat juga disebut sebagai koefisien determinasi yang dalam hal ini kesepian dapat dijelaskan oleh variable Intensitas penggunaan media sosial sebesar 22,2%, sedangkan sisanya 77,8% dijelaskan oleh variable lainnya.

Persamaan regresi dari penelitian ini adalah $y = a + bx$ atau $1,653 + 0,093$, dimana hal tersebut menjelaskan bahwa konstanta sebesar 8,425 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kesepian maka intensitas penggunaan media sosial adalah 8,425 dan koefisien regresi dari variable bebas yaitu kesepian sebesar 0,093, hal itu dapat diprediksi bahwa jika ada penambahan 1 nilai kesepian maka intensitas penggunaan media sosial berkurang menjadi 0,093.

Berdasarkan hasil analisa diatas menyatakan bahwa hipotesis diterima yang berarti ada hubungan serta signifikan antara kesepian dengan intensitas penggunaan media sosial.

DISKUSI

Berdasarkan hasil analisa regresi dapat diperoleh data koefisien korelasi sebesar 0,471 dengan nilai signifikan atau probabilitas (p) sebesar $0,000 < 0,005$ menunjukkan adanya hubungan antara kesepian dan intensitas penggunaan media sosial, artinya semakin tinggi kesepian maka intensitas penggunaan media sosial juga semakin tinggi. Hal ini membuktikan bahwa hipotesa penelitian ini diterima, yang artinya seseorang yang mengalami kesepian yang tinggi lebih sering menggunakan media sosial dibandingkan seseorang yang memiliki tingkat kesepian yang rendah.

Weiss (1998) menyatakan bahwa kesepian bukanlah distorsi individu dalam persepsi sosial atau tingginya kebutuhan persahabatan, namun hasil dari kebutuhan manusia yang tidak terpenuhi

(Gierveld & Van Tilburg, 2006). Komunikasi adalah hal utama yang dibutuhkan untuk menjalin hubungan dengan orang lain, terlepas dari jenis komunikasi seperti apa yang digunakan. Namun jenis komunikasi dapat mempengaruhi kualitas komunikasi serta kedekatan yang dibangun melalui komunikasi tersebut. Salah satu cara berkomunikasi yang paling sering digunakan saat ini yaitu melalui media sosial.

Ada dua hal kemungkinan menyangkut kesepian dan internet. Yang pertama internet menyebabkan seseorang kesepian, dan yang kedua orang-orang yang sudah kesepian menggunakan internet untuk menghabiskan waktu di internet. Hamburger & Artzi (2010) menemukan bahwa wanita yang kesepian lebih tertarik untuk menggunakan Internet. Hal ini membuktikan bahwa sebenarnya internet bukan merupakan sebab terjadinya kesepian, melainkan mereka yang sudah kesepian cenderung tertarik menggunakan internet yang menyediakan layanan jejaring sosial. Hal ini dianggap menjadi hal positif sebagai solusi yang mampu mengurangi kesepian.

Situs jejaring sosial dan media sosial telah menjadi situs penting untuk memelihara hubungan pribadi, terutama hubungan keintiman dan persahabatan (Davies, 2014). Orang yang mengalami gangguan makan mengalami kesepian karena merasa tidak ada orang yang mampu mengerti perasaannya sehingga blogging dapat membantu seseorang yang mengalami gangguan makan untuk melakukan katarsis dan dukungan sosial. Sebagian besar dari mereka menjadi blogger untuk mencari dukungan emosional dan harga diri (Yeshua & Martins, 2013).

Menurut Lake (1986) salah satu penyebab kesepian adalah hilangnya kontak dengan orang-orang yang dicintai yang disebabkan berbagai macam alasan. Internet dianggap berpotensi untuk melawan kesepian (Jones, 2009). Orang yang berkomunikasi dengan teman dan keluarga di Internet menunjukkan penurunan depresi sedangkan komunikasi internet dengan tujuan untuk bertemu orang baru menunjukkan peningkatan depresi. Efek dari penggunaan internet tergantung pada bagaimana internet itu sendiri digunakan dan karakteristik pribadi mempengaruhi hubungan antara pengguna internet dan depresi (Bessiere et.al, 2008). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet berupa media sosial merupakan salah satu alternatif yang bisa digunakan untuk berkomunikasi terutama bagi mereka yang tinggal jauh dari lingkungan asal mereka serta orang tercinta agar tetap terhubung meski secara online untuk mengurangi depresi yang menjadi salah satu sebab seseorang bisa menjadi kesepian.

Weiss (1998) membagi kesepian menjadi dua jenis, kesepian sosial dan kesepian emosional (Gierveld & Van Tilburg, 2006). Jenis kesepian yang paling sering dialami oleh subjek dalam penelitian ini adalah kesepian emosional, yaitu tidak adanya atau berakhirnya ikatan emosional dengan seseorang, bisa berupa hubungan percintaan ataupun persahabatan yang lebih melibatkan emosi yang bersifat intim. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengalaman dekat dan aman dengan setidaknya satu teman atau pasangan romantis mungkin menangkalkan kesepian dan depresi, dimana hal tersebut semakin marak dan merugikan kesejahteraan psikologis selama periode akhir masa remaja (Chow, 2015). Sedangkan usia subjek tidak menunjukkan secara signifikan tingkat kesepian maupun intensitas

penggunaan media sosial subjek. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhajir (2016) menyatakan bahwa kesepian paling tinggi dialami oleh usia 18 tahun.

Penelitian ini melibatkan dua jenis subjek yang berbeda yaitu melibatkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM) dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UMM mengalami kesepian lebih tinggi dibandingkan oleh mahasiswa ULM namun tidak jauh berbeda. Berkaitan dengan hal ini, perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui tingkat kesepian yang dialami oleh kedua subjek misalnya dengan melihat latar belakang budaya dan daerah asal yang bisa menjadi faktor yang berhubungan atau pembeda tingkat kesepian dan penggunaan media sosialnya.

Berdasarkan skor rata-rata, subjek laki-laki menggunakan setidaknya 4 macam media sosial yang gunakan sedangkan perempuan yang menggunakan setidaknya 5 macam media sosial. Perempuan lebih sering mengalami kesepian dibandingkan laki-laki dengan intensitas penggunaan media sosial yang juga lebih sering dibandingkan laki-laki. Hasil ini menunjukkan bahwa perempuan yang mengalami kesepian lebih sering menggunakan media sosial. 97% subjek dalam penelitian ini menunjukkan frekuensi penggunaan media sosial 7 hari dalam seminggu, sedangkan 3% lainnya menggunakan media sosial 1-4 hari dalam seminggu. Durasi penggunaan media sosial 51,7% subjek lebih dari 6 jam per hari, 33% antara 3-6 jam dan 15% mengaku menggunakan media sosial kurang dari 3 jam.

Secara umum, media sosial yang sering digunakan oleh subjek dalam penelitian ini berupa Instant Messaging yaitu Whatsapp, Line dan BBM. Umumnya Instant Messaging atau pesan instan ini lebih sering digunakan untuk melakukan komunikasi dengan orang yang sudah dikenal seperti keluarga atau teman, namun tidak menutup kemungkinan untuk menjalin hubungan yang baru dengan orang baru. Sedangkan media sosial yang paling sering digunakan oleh subjek dalam penelitian ini yaitu Instagram. Media sosial instagram lebih bersifat umum dibandingkan dengan instant messaging. Instagram adalah jejaring sosial sejenis facebook namun khusus sebagai tempat untuk mengunggah foto serta video yang berdurasi satu menit dimana dalam jejaring sosial instagram lebih memungkinkan terjadinya hubungan dengan orang baru daripada menggunakan instant messaging, sehingga dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini umumnya menggunakan instant messaging sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang yang sudah mereka kenal seperti keluarga dan teman, sedangkan untuk jejaring sosial digunakan untuk berhubungan yang lebih secara luas.

Hasil perhitungan koefisien determinasi variable (R Square) diperoleh sebesar 0,222 yang menjelaskan bahwa nilai pentingnya intensitas penggunaan media sosial terhadap kesepian memiliki sumbangan sebesar 22,2%. Dengan kata lain, intensitas penggunaan media sosial dalam penelitian ini berperan sebesar 22,2% dalam menjelaskan kesepian, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain seperti, kepribadian (Ryan & Xenos, 2011) harga diri, rasa malu, penerimaan yang buruk oleh teman sebaya, jumlah teman, kualitas pertemanan yang (Vanhalst, 2012), sejarah hubungan yang jelek dan kehilangan atau tidak adanya figur yang mampu memberikan kasih sayang serta hubungan sosial yang tidak terpenuhi (Santrock 2002). Hal ini

sejalan dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa siswa dengan kepribadian *extrovert* menggunakan Facebook untuk terhubung dengan orang lain untuk membahas berbagai kepentingan mereka, sedangkan siswa kesepian menggunakan situs untuk mengkompensasi kurangnya hubungan offline (Skues, Williams & Wise, 2012). Hal ini menjelaskan bahwa orang yang memiliki kepribadian berbeda juga memiliki tujuan yang berbeda dalam penggunaan facebook. Orang dengan kepribadian introvert cenderung menggunakan facebook untuk memenuhi kebutuhan sosialnya namun secara offline, sedangkan orang dengan kepribadian ekstrovert memiliki hubungan sosial yang lebih luas secara online maupun offline.

Salah satu ciri-ciri komunikasi yang baik yaitu komunikasi yang mampu melibatkan empati didalamnya. Menurut Rooksby (2002) emosi seperti empati dapat tumbuh di antara orang yang saling mengenal maupun orang asing. Dengan begitu, kesepian mungkin dapat teratasi melalui komunikasi via internet yang mana empati antar individu betul-betul terlibat didalamnya. Fitur-fitur chat di internet memungkinkan peserta komunikasi untuk bertukar emotikon untuk merepresentasikan emosi-emosi masing-masing. Meski demikian, empati yang berlangsung melalui komunikasi internet tetap melibatkan upaya-upaya interpretif dari para peserta komunikasi atas pernyataan dan aksi dari mitra komunikasinya (Parahita, 2014).

Efek dari penggunaan media sosial sendiri tergantung pada bagaimana media sosial atau internet itu sendiri digunakan dan karakteristik pribadi mempengaruhi hubungan antara penggunaannya. Selain itu, sumber daya sosial masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh kesejahteraan mereka di lingkungannya terlepas dari penggunaan internet tetapi juga sistematis berinteraksi dengan pilihan mereka tentang bagaimana menggunakan internet dan efeknya. Dalam hal ini, penelitian ini secara tidak langsung menunjukkan bagaimana orang menjadikan teknologi sebagai alat untuk membantu mereka dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal berkomunikasi.

Adanya interaksi yang terjadi dimana hal ini melibatkan teknologi menjadikan para penggunanya memiliki “kepribadian teknologis”. Kepribadian teknologis memungkinkan seseorang untuk menginternalisasi stimuli visual dan auditori namun hal itu tidak mengatasi kesepian yang terus menerus, malah menguatkan dan mendalamkannya karena teknologi tidak mampu mengakomodasi hubungan-hubungan yang tulus, menjadikannya hanya seperti bermain peran dan menunjukkan emosi-emosi yang dangkal. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang kesepian kemudian menggunakan media sosial sebagai cara untuk berinteraksi secara online adalah hal yang positif namun hal ini tidak berlaku untuk jangka panjang.

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan yaitu pengambilan data yang diambil secara online sehingga pengambilan subjek kurang bisa dikontrol penyebarannya. Tidak mengungkapkan perilaku online dari para subjek yang mampu mengurangi kesepian mereka untuk jangka pendek serta perbedaan kesepian pada kedua subjek dianggap kurang mampu mewakili fenomena kesepian itu sendiri di Indonesia.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil koefisien korelasi (r) sebesar 0,467 dengan nilai signifikan 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara kesepian dan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa. Adanya hubungan tersebut menunjukkan semakin tinggi kesepian maka intensitas penggunaan media sosial semakin tinggi pula dan semakin rendah kesepian maka intensitas penggunaan media sosial semakin rendah. Dengan demikian maka hipotesa dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima. Adapun sumbangan efektif yang diberikan Intensitas penggunaan media sosial terhadap Kesepian sebesar 22,2%.

Adapun implikasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki peranan yang cukup penting dalam mengatasi kesepian yang dialami oleh seseorang khususnya dalam penelitian ini yaitu mahasiswa, terutama mahasiswa perantauan yang tinggal jauh dari tempat asalnya dimana media sosial dianggap mampu meleburkan ruang dan waktu untuk terjalinnya komunikasi diantara mereka. Berdasarkan temuan bahwa intensitas penggunaan media sosial berhubungan positif terhadap kesepian, meskipun penggunaan media sosial dianggap dapat mengurangi rasa kesepian, diharapkan bagi para pengguna media sosial untuk lebih bijaksana dalam penggunaannya serta pemanfaatan penggunaan internet sendiri tergantung pada bagaimana seseorang mampu mengontrol tujuan dari penggunaan media sosial itu sendiri.

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan tema yang sama diharapkan agar mampu menggunakan skala yang lebih relevan terutama untuk skala intensitas penggunaan media sosial, penggunaan subjek yang lebih variatif dan penyebaran skala yang lebih luas serta merata. Selain itu, diharapkan untuk para peneliti selanjutnya untuk mampu menunjukkan perilaku bagaimana yang mampu mengurangi kesepian serta melakukan penelitian dengan metode yang berbeda yang mampu mengungkap lebih mendalam misalnya mengenai perilaku atau jenis kegiatan seperti apa yang dilakukan dalam penggunaan media sosial yang mampu mengurangi kesepian.

REFERENSI

- Adamczyk, K., & DiTommaso, E. (2014). Psychometric properties of the polish version of the Social and Emotional Loneliness Scale for Adults (SELSA-S). *Psihologijske teme*, 23(3), 327-341.
- Andarwati, S. R., & Sankarto, B. S. (2005). Pemenuhan kepuasan penggunaan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 14(1), 10-17.
- Azwar, S. (2009). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cacioppo, J. T., Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2009). Alone in the crowd: the structure and spread of loneliness in a large social network. *Journal of personality and social psychology*, 97(6), 977.
- Chairunnisa. (2010). Hubungan Intensitas Mengakses facebook dengan motivasi belajar siswa MAN 13 Jakarta. Universitas Islam Negeri Jakarta.(Skripsi)
- Cherry, K. (2016). Loneliness. *Causes, Effects and Treatments for Loneliness*. Retrieved from <https://www.verywell.com/loneliness-causes-effects-and-treatments-2795749>
- Chow, C. M., Ruhl, H., & Buhrmester, D. (2015). Romantic relationships and psychological distress among adolescents: Moderating role of friendship closeness. *International journal of social psychiatry*, 61(7), 711-720.
- Damar, A. M. (2016). Orang Indonesia cek smartphone tiap 5 menit. Retrieved from <http://tekno.liputan6.com/read/2442340/orangindonesiaceksmartphonetiap5menit>
- Davies, H. (2014). Social media and personal relationships: online intimacies and networked friendship.
- Fernandez, L., Olatz. (2015). How has Internet addiction research evolved since the advent of Internet Gaming Disorder? An overview of cyberaddictions from a psychological perspective. *Current Addiction Reports*, 2(3), 263-271.
- Gierveld, J. D. J., & Van Tilburg, T. (2006). A 6-item scale for overall, emotional, and social loneliness confirmatory tests on survey data. *Research on Aging*, 28(5), 582-598.
- Hidayati, D. S. (2016). Self Compassion Dan Loneliness. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan (JIPT)*, 3(1).
- Horrigan, J. B. (2000). *New Internet users: What they do online, what they don't, and implications for the net's future*: Pew Internet & American Life Project.
- Hurlock, E. B. (1980). Psikologi perkembangan: suau pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Edisi 5. Jakarta: Erlangga

- Ingvadóttir, A. B. (2014). The relationship between facebook use and loneliness: a comparison between high-school students and university students. *Unpublished Thesis, University of Reykjavik, Iceland*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Bessiere, K., Kiesler, S., Kraut, R., & Boneva, B. S. (2008). Effects of Internet use and social resources on changes in depression. *Information, Community & Society*, 11(1), 47-70.
- Lake, T. (1986). *Kesepian*. Jakarta: Arcan.
- Muhajir, P. R. (2016). Loneliness dan Perilaku Cybersex pada Mahasiswa. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang (Skripsi).
- Nistanto, R. K. (2016). Awal Tahun ini, berapa banyak pengguna Internet di Indonesia? . Retrieved from <http://www.techno.id/tech-news/berapa-banyak-pengguna-internet-di-indonesia-pada-awal-tahun-2016-160131y.html>
- Novidhiasta, U. F. (2016). Awal tahun ini, Berapa banyak pengguna Internet di Indonesia. Retrieved from <http://www.techno.id/tech-news/berapa-banyak-pengguna-internet-di-indonesia-pada-awal-tahun-2016-160131y.html>
- Parahita, G. D. (2014). Internet dan Orang-orang Kesepian.
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). Perspectives on loneliness *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy* (pp. 1-18): Wiley New York.
- Pittman, M. (2015). Creating, consuming, and connecting: examining the relationship between social media engagement and loneliness. *The Journal of Social Media in Society*, 4(1).
- Ramadhini, N. N. (2015). Hubungan Antara Kesepian Dengan Perilaku Cyberbullying. University of Muhammadiyah Malang.(Skripsi)
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan (JIPT)*, 1(1).
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Santrock, J. W. (2002). *Life-Span Development* (W. Chandra & Y. sumiharti Eds. Vol. Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Sheldon, P. (2012). Profiling the non-users: Examination of life-position indicators, sensation seeking, shyness, and loneliness among users and non-users of social network sites. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1960-1965.
- Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2414-2419.

Sugiyono. (2007). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: CV Alfabet.

Trihendradi, C. (2013). *Step by Step IBM SPSS 21: Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: C.V ANDI

Vanhalst, J. (2012). Loneliness in Adolescence: Developmental Course, Antecedents, and Consequences.

Yeshua-Katz, D., & Martins, N. (2013). Communicating stigma: The pro-ana paradox. *Health Communication*, 28(5), 499-508.

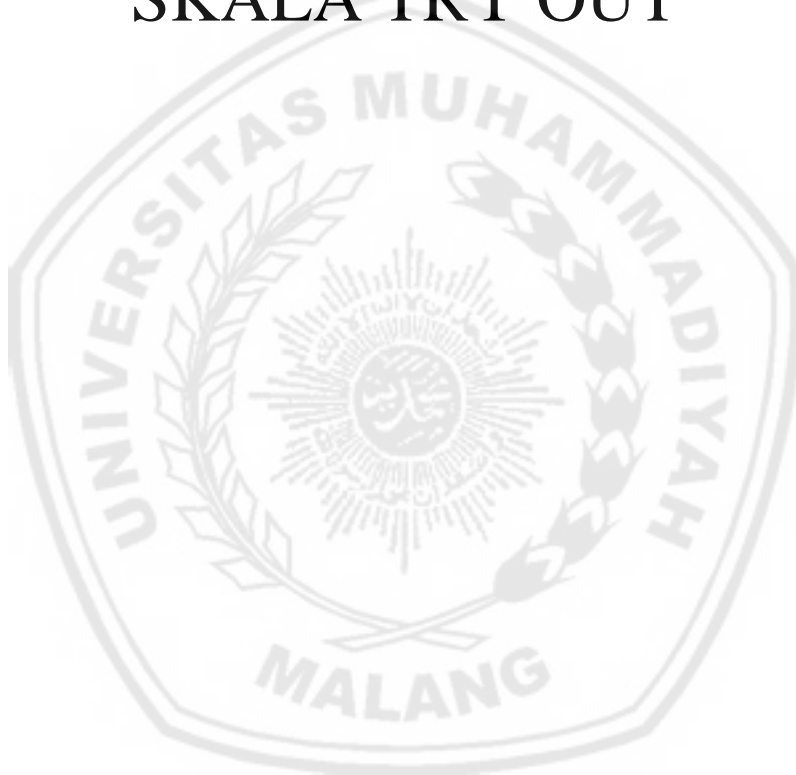


LAMPIRAN



LAMPIRAN

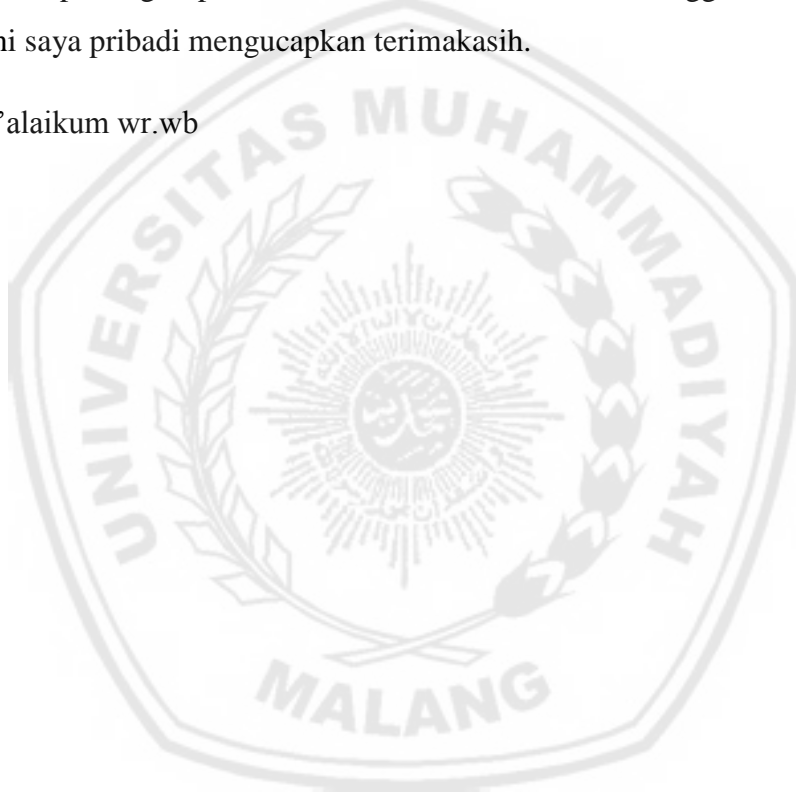
SKALA TRY OUT



Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Dyah Ayu Candra mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang yang sedang melakukan penelitian sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Oleh karena itu saya memohon bantuan serta kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini. Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan serta pernyataan yang berhubungan dengan peristiwa yang saudara/i alami dalam kehidupan sehari-hari. Saudara/i diminta untuk mengisi identitas serta memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan atau pengalaman pribadi. Mengenai pernyataan yang saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan dan kesungguhan saudara/i dalam mengisi skala ini saya pribadi mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb



~ SELAMAT MENGERJAKAN ~

Nama : Fakultas/Jurusan :

Jenis Kelamin : Usia :

Jenis media sosial yang masih digunakan : Instagram, Twitter, Blog, Snapchat, Facebook, Tumblr, Instan Messagaging (BBM, Line, Whatsapp,)*

Akses yang digunakan : PC (Komputer/ Laptop), Mobile Phone/Smartphone*

*Tuliskan pilihan lain yang tidak tersedia dan coret yang tidak digunakan

PETUNJUK MENERJAKAN 1

1. Kesediaan saudara/i untuk mengerjakan adalah “PENTING”
2. Lingkarilah (O) pada salah satu pilihan jawaban a, b, c atau d yang tersedia pada kolom kualifikasi
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan
4. Semua jawaban BENAR, jika dijawab dengan jujur sesuai dengan keadaan saudara/i

Aspek Intensitas	Pilihan Jawaban	Keterangan
Frekuensi menggunakan media sosial dalam seminggu	a. Selalu	Setiap hari
	b. Sering	Dalam seminggu 3-4 kali
	c. Jarang	Dalam seminggu 1-2 kali
	d. Tidak pernah	0
Durasi atau total lama menggunakan media sosial dalam sekali pemakaian	a. Lama	>6 jam sehari
	b. Cukup lama	3-6 jam sehari
	c. Tidak lama	< 3 jam

PETUNJUK MENERJAKAN 2

1. Kesediaan saudara/i untuk mengerjakan adalah “PENTING”

2. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada lembar jawaban:

SS = Apabila **Sangat Sesuai** dengan pernyataan

S = Apabila **Sesuai** dengan pernyataan

TS = Apabila **Tidak Sesuai** dengan pernyataan

STS = Apabila **Sangat Tidak Sesuai** dengan pernyataan

3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan
4. Semua jawaban BENAR, jika dijawab dengan jujur sesuai dengan keadaan saudara/i

Contoh:

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya adalah orang yang mudah bergaul	✓			

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa sendirian ketika saya bersama keluarga saya				
2	Saya merasa menjadi bagian dari kelompok pertemanan				
3	Saya memiliki pasangan atau teman dekat dimana saya bisa berbagi pengalaman dan perasaan yang paling intim				
4	Saya ingin memiliki sosok seseorang dikeluarga saya yang dapat mendukung dan mendorong saya				
5	Saya merasa bahwa teman-teman saya memahami saya dan penyebab perilaku saya				
6	Saya memiliki pasangan atau teman dekat yang memberi saya dukungan dan dorongan yang saya butuhkan				
7	Saya ingin memiliki teman yang akan berbagi pandangannya dengan saya				

8	Saya merasa memiliki hubungan dekat dengan keluarga saya				
9	Saya bisa mengandalkan teman-teman saya ketika saya membutuhkan bantuan				
10	Saya berharap saya memiliki hubungan kemitraan yang lebih memuaskan				
11	Saya merasa menjadi bagian dari keluarga				
12	Keluarga saya benar-benar peduli tentang saya				
13	Saya ingin memiliki teman-teman yang akan mengerti saya				
14	Saya memiliki pasangan atau teman dekat yang memberikan kontribusi untuk kebahagiaan saya				
15	Saya memiliki kebutuhan yang tak terpuaskan untuk menjalin kemitraan yang erat				

~ TERIMAKASIH ~

LAMPIRAN

DATA KASAR TRY OUT



No	JK	Usia	TT	FREKUENSI	DURASI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	P	22	2	2	2	4	3	4	4	3	4	1	4	3	2	4	4	2	3	4
2	P	21	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	1	4	4	4	3	2
3	P	21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	P	20	1	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2
5	P	22	1	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3
6	P	20	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2	4	3	1	4	4	3	3	1
7	L	23	1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3
8	L	20	2	2	1	3	3	3	2	3	4	4	4	3	1	4	4	3	4	4
9	P	22	2	2	1	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
10	P	21	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
11	P	21	2	3	2	4	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4
12	P	21	1	2	1	3	3	2	2	3	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3
13	P	20	1	3	3	4	4	2	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4
14	P	22	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	3	2
15	L	20	1	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	2	4	4	4	2	2
16	P	20	2	2	2	4	4	3	1	3	3	4	4	3	2	4	4	2	3	2
17	P	21	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	2	3
18	P	20	1	3	2	3	4	3	3	3	1	1	4	3	1	4	4	1	3	4
19	L	19	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	4	2	3
20	P	20	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
21	P	22	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
22	P	24	1	2	2	2	3	4	2	3	4	4	1	1	1	3	2	4	3	2
23	P	22	2	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	2	2	4	4	3	4	4
24	P	21	1	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3
25	P	21	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
26	L	23	1	3	2	3	4	2	3	3	1	4	4	3	2	4	3	4	1	4
27	P	23	2	3	3	1	2	4	1	2	3	2	1	3	1	2	1	2	3	1

28	L	22	2	3	2	3	3	3	2	1	4	2	2	3	2	3	3	3	3	2
29	P	20	2	3	2	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	2	3
30	L	21	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2



LAMPIRAN

OUTPUT TRY OUT



Validitas dan reliabilitas Intensitas penggunaan media sosial

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	31	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.664	.712	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	2.77	.425	31
A2	2.26	.682	31

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.516	2.258	2.774	.516	1.229	.133	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	2.26	.465	.553	.306	.
A2	2.77	.181	.553	.306	.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.03	.966	.983	2

Validitas dan Reliabilitas Kesenian

Pengujian pertama

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	31	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.765	.768	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3.26	.815	31
A2	3.26	.514	31
A3	2.94	.629	31
A4	2.77	.805	31
A5	2.94	.512	31
A6	2.81	.980	31
A7	3.23	.920	31
A8	3.35	.877	31
A9	3.03	.547	31
A10	2.03	.706	31
A11	3.58	.564	31
A12	3.45	.768	31
A13	3.26	.773	31
A14	2.81	.833	31
A15	2.90	.944	31

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.041	2.032	3.581	1.548	1.762	.141	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	42.35	24.103	.701	.845	.718
A2	42.35	27.970	.394	.466	.752
A3	42.68	31.159	-.168	.793	.790
A4	42.84	27.006	.326	.599	.756
A5	42.68	27.226	.541	.570	.743
A6	42.81	28.295	.108	.809	.782
A7	42.39	26.245	.348	.769	.755
A8	42.26	23.998	.653	.908	.721
A9	42.58	29.252	.140	.577	.768
A10	43.58	27.452	.328	.631	.755
A11	42.03	26.899	.540	.772	.741
A12	42.16	24.740	.661	.881	.724
A13	42.35	27.303	.307	.732	.757
A14	42.81	28.295	.157	.774	.772
A15	42.71	23.680	.633	.729	.722

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
45.61	30.378	5.512	15

Pengujian kedua

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	31	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.850	.857	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3.26	.815	31
A2	3.26	.514	31
A4	2.77	.805	31
A5	2.94	.512	31
A7	3.23	.920	31
A8	3.35	.877	31
A10	2.03	.706	31
A11	3.58	.564	31
A12	3.45	.768	31
A13	3.26	.773	31
A15	2.90	.944	31

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.094	2.032	3.581	1.548	1.762	.182	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	30.77	21.914	.697	.738	.823
A2	30.77	25.247	.462	.285	.843
A4	31.26	24.065	.404	.531	.848
A5	31.10	24.690	.579	.507	.837
A7	30.81	23.561	.391	.746	.852
A8	30.68	21.226	.730	.836	.819
A10	32.00	24.400	.430	.439	.845
A11	30.45	23.923	.663	.712	.831
A12	30.58	22.052	.729	.823	.821
A13	30.77	24.581	.355	.707	.851
A15	31.13	21.783	.593	.527	.833

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34.03	27.899	5.282	11

BLUE PRINT INSTRUMEN PENELITIAN



Blue Print skala Kesepian

Aspek	Indikator	Sebelum Try Out		Jumlah	Sesudah Try Out		Jumlah
		Favorable	Unfavorable		Favorable	Unfavorable	
Kesepian Emosional: yaitu ditandai dengan tidak adanya atau berakhirnya ikatan emosional dengan seseorang. Kesepian emosional misalnya orang dewasa dan pasangan atau hubungan persahabatan. Kesepian emosional lebih pada emosi yang bersifat intim	Keluarga	8, 11, 12	1, 4	5	8, 11, 12	1, 4	5
	Romantic	3*, 6*, 14*	10, 15	5	-	10, 15	2
Kesepian Sosial: yaitu kurangnya integrasi ke jaringan sosial. Misalnya perpindahan tempat tinggal, kurangnya aktivitas atau bahkan tidak adanya hubungan dalam kelompok atau komunitas, diskriminasi suatu ras dan lain sebagainya	Sosial	2, 5, 9*	7, 13	5	2, 5	7, 13	4

*Aspek yang tidak valid

Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek Intensitas	Kualifikasi	Indikator
Frekuensi menggunakan media sosial dalam seminggu	e. Selalu	Setiap hari
	f. Sering	Dalam seminggu 3-4 kali
	g. Jarang	Dalam seminggu 1-2 kali
Durasi atau total lama menggunakan media sosial dalam sehari	d. Lama	>6 jam sehari
	e. Cukup lama	3-6 jam sehari
	f. Tidak lama	< 3 jam

LAMPIRAN

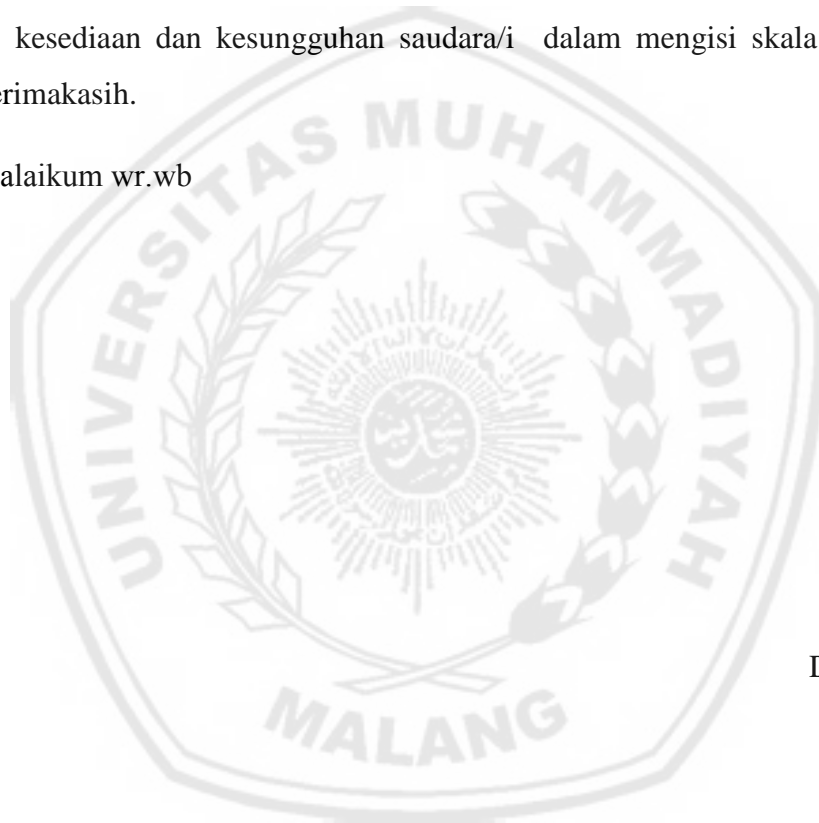
INSTRUMEN PENELITIAN



Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Dyah Ayu Candra mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang yang sedang melakukan penelitian sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Oleh karena itu saya memohon bantuan serta kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini. Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan serta pernyataan yang berhubungan dengan peristiwa yang saudara/i alami dalam kehidupan sehari-hari. Saudara/i diminta untuk mengisi identitas serta memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan atau pengalaman pribadi. Mengenai pernyataan yang saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan dan kesungguhan saudara/i dalam mengisi skala ini saya pribadi mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb



Peneliti

Dyah Ayu Candra

~ SELAMAT MENGERJAKAN ~

Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin :
 Universitas/Jurusan :
 Tempat tinggal : Rumah, Kos, Kontrakan, Panti asuhan, Dll (.....)*

Jenis media sosial yang masih digunakan :

Instagram, Twitter, Blog, Snapchat, Facebook, Thumblr, Instan Messagaging (BBM, Line, Whatsapp,)*

Akses yang digunakan : PC (Komputer/ Laptop), Mobile Phone/Smartphone*

***Tuliskan pilihan lain yang tidak tersedia dan coret yang tidak digunakan**

PETUNJUK MENGERJAKAN 1

5. Kesiadaan saudara/i untuk mengerjakan adalah “PENTING”
6. **Lingkarilah (O)** pada salah satu pilihan jawaban a, b, atau c yang tersedia pada kolom Pilihan Jawaban
7. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan
8. Semua jawaban BENAR, jika dijawab dengan jujur sesuai dengan keadaan saudara/i

Aspek Intensitas	Pilihan Jawaban	Keterangan
Frekuensi menggunakan media sosial dalam seminggu	a. Selalu	Setiap hari
	b. Sering	Dalam seminggu 3-4 kali
	c. Jarang	Dalam seminggu 1-2 kali
	a. Lama	>6 jam sehari

Durasi atau total lama menggunakan media sosial dalam sehari	b. Cukup lama	3-6 jam sehari
	c. Tidak lama	< 3 jam

PETUNJUK MENGERJAKAN 2

1. Kesiediaan saudara/i untuk mengerjakan adalah “PENTING”
2. Berilah tanda **centang** (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada lembar jawaban:

SS = Apabila **Sangat Sesuai** dengan pernyataan

S = Apabila **Sesuai** dengan pernyataan

TS = Apabila **Tidak Sesuai** dengan pernyataan

STS = Apabila **Sangat Tidak Sesuai** dengan pernyataan
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan
4. Semua jawaban BENAR, jika dijawab dengan jujur sesuai dengan keadaan saudara/i

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa sendirian ketika saya dengan keluarga saya				
2	Saya merasa menjadi bagian dari kelompok pertemanan				
3	Saya tidak dapat bergantung kepada siapapun untuk mendapatkan dukungan dan dorongan dikeluarga saya, walaupun saya berharap memilikinya				
4	Teman-teman saya dapat memahami alasan-alasan dan pemikiran saya dalam melakukan sesuatu				
5	Saya tidak memiliki teman untuk berbagi pandangan dengan saya, walaupun saya berharap memilikinya				
6	Saya merasa dekat dengan keluarga saya				
7	Saya berharap memiliki hubungan romantis yang lebih memuaskan				
8	Saya merasa menjadi bagian dari keluarga				
9	Keluarga saya sangat perhatian terhadap saya				

10	Saya tidak memiliki teman yang dapat mengerti saya, tapi saya berharap memilikinya				
11	Saya memiliki hubungan percintaan yang tidak terpenuhi				

~ TERIMAKASIH ~



LAMPIRAN DATA KASAR PENELITIAN



NO	JK	USIA	TT	FREK	DUR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	KES	KAT	INT	KAT	UNIV	SOSMED	Σ
1	2	21	2	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	30	S	6	T	1	fb, line, wa,linked,skype	5
2	2	21	2	3	1	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	36	T	4	S	1	fb,bbm, line, ig, twitter	5
3	2	23	1	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	36	T	4	S	1	ig, blog, tumbbl, line wa	5
4	1	23	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	5	T	1	ig,fb,line,wa	4
5	2	23	1	2	1	3	4	3	3	4	4	2	4	4	2	4	37	T	3	R	1	Line, BBM, instagram, wa	4
6	2	21	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	29	R	6	T	1	ig, line,wa	3
7	2	22	2	2	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	1	26	R	5	T	1	ig, fb, bbm, line, wa	5
8	2	21	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	34	S	6	T	1	ig, fb, bbm, line,wa	5
9	2	20	2	3	1	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	35	S	4	S	1	ig, wa	2
10	1	22	1	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	6	T	1	ig, twitter, wa, BBM, Line	6
11	2	22	2	3	1	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	35	S	4	S	1	Instagram, whatsapp, bbm	3
12	1	22	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	S	5	T	1	Line, instagram	2
13	1	22	2	3	2	3	4	3	3	1	2	1	3	3	1	1	25	R	5	T	1	Instagram, BBM, Line, Whatsapp	4
14	2	22	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	33	S	6	T	1	Bbm, whatsapp,line, ig, bigo	4
15	2	22	2	2	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	40	T	4	S	1	Instagram, wa, line, bbm	4
16	1	22	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	38	T	5	T	1	Instagram, BBM, Line	3
17	1	23	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	29	R	6	S	1	IG, Twitter,BBM, Linr	4
18	1	20	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	1	29	R	6	T	1	Facebook, Instagram, BBM, Line, wa	5
19	1	21	1	3	1	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	39	T	4	S	1	wa, Fb, Line, ig, Twitter.	5
20	2	19	2	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	4	2	2	28	R	6	T	1	ig,Bbm,line,wa	4
21	2	19	1	3	2	3	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	35	S	5	T	1	FB, bbm	2
22	1	23	1	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	34	S	5	T	1	ig,FB, Tumblr, BBM, Line, WA, Wattpad, Pinterest, Flickr	9
23	2	20	1	3	2	3	3	3	2	1	3	1	3	3	1	1	24	R	5	T	1	Instagram, BBM, Facebook	3
24	2	20	1	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	35	S	5	T	1	Istagram, bbm, line	3
25	2	23	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	42	T	5	T	1	Line, BBM, instagram, wattpad	4
26	1	22	1	2	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	35	S	4	S	1	BBM, LINE, WA, IG, FB	5
27	1	21	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	1	3	32	S	6	T	1	Instagram, line, BBM dan WA	4

28	2	22	1	2	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4	39	T	4	S	1	BBM dan instagram	2
29	1	22	1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	33	S	6	T	1	Bbm, line, whatsapp, instagram	4
30	1	21	1	3	2	2	2	3	3	4	3	1	3	3	4	1	29	R	5	T	1	Instagram, Line, BBM	3
31	2	22	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	4	4	2	3	33	S	5	T	1	Instagram, facebook, bbm, line, whatsapp	5
32	1	23	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	4	4	2	2	31	S	6	S	1	instagram, facebook, BBM, line, whatsapp, telegram	6
33	2	22	1	3	2	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	2	37	T	5	T	1	Instagram, snapchat, facebook, line, whatsapp, bbm	6
34	2	22	3	3	1	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	2	33	S	4	S	1	Ig, bbm, line, wa	4
35	2	22	3	3	1	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	2	33	S	4	S	1	Ig, bbm, line, wa	4
36	1	20	1	3	1	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	2	33	S	4	S	1	IG, twitter, snapchat, FB, bbm, line, WA,path.	8
37	1	22	1	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	37	T	6	T	1	Instagram, bbm, line	3
38	2	20	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	6	T	1	Line ig wa path	3
39	2	20	1	3	3	3	3	3	2	2	3	1	4	3	2	1	27	R	6	T	1	Instagram,snapchat,Line	3
40	2	22	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	31	S	6	T	1	instagram, facebook, bbm, line, wa	5
41	2	22	1	3	1	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	2	38	T	4	S	1	Instagram, BBM, Line, Whatsapp, Telegram	5
42	1	20	1	3	2	3	3	3	2	1	3	1	3	3	1	1	24	R	5	T	1	BBM, Line, Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter.	6
43	2	22	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	35	S	5	T	1	ig, BBM, Line, wa, Path	5
44	2	22	1	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	35	S	5	T	1	Instagram, line, bbm	3
45	1	23	1	3	2	4	4	3	3	4	4	1	4	4	3	4	38	T	5	T	1	teittr, Fcbok, line, WA	4
46	1	22	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	36	T	5	T	1	ig, BBM, Line, WhatsApp	4
47	2	20	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	33	S	6	T	1	Ig, BBM, line, snapchat, path, facebook,whatsapp	7
48	2	19	1	3	2	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	38	T	5	T	1	Line, wa, Imo, BBM, fb	5
49	2	21	2	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	39	T	5	T	1	Instagram, bbm line,wa	4
50	1	18	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	2	37	T	6	T	1	Line	1
51	1	18	2	3	2	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	36	T	5	T	1	Instagram, Line, Snapchat	3
52	2	18	1	3	2	3	2	3	2	2	4	2	3	4	2	1	28	R	5	T	1	ig, twitter, snapchat, fb, bbm, line, wa	7
53	2	18	2	3	2	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	38	T	5	T	1	bbm, line, wa	3

54	1	18	1	2	2	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	39	T	4	S	1	Line, snapchat, ig, path	4
55	2	20	1	3	3	4	4	4	2	1	3	1	3	3	1	2	28	R	6	T	1	ig, fb, Twitter, LINE, wa	5
56	2	18	1	1	2	3	2	3	3	3	4	2	4	4	3	4	35	S	3	R	1	ig,path,wa, line, tumblr, askfm,snapchat	7
57	2	18	2	3	1	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	39	T	4	S	1	ig, Line, WhatsApp, blog	4
58	1	18	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	31	S	6	T	1	Tumblr, bbm, line,wa, instagram.	3
59	2	19	2	3	1	2	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36	T	4	S	1	Instagram, line, whatsapp, blog,	4
60	1	19	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	4	1	1	29	R	5	T	1	Line, ig, fb	3
61	2	18	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	6	T	1	Ig, facebook, Bbm, line, WA	5
62	2	22	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	4	3	4	4	34	S	4	S	1	Facebook, instan messagaging	5
63	2	18	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	33	S	4	S	1	Line,instagram,snapchat,tumblr	4
64	2	23	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	40	T	4	S	1	Instagram, bbm, line, wa	4
65	2	21	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	S	4	S	1	Fb, wa, line, ig, telegram	5
66	2	21	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	29	R	6	T	1	ig, twitter, fb, line, bbm,wa	6
67	2	21	2	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	3	3	37	T	6	T	1	BBM, Line, Wa, Instagram, Facebook, Twitter	6
68	2	21	2	3	2	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	2	31	S	5	T	1	Instagram, twitter, bbm, line, whatsapp	5
69	2	21	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	31	S	5	T	1	Instagram, line, whatsapp,facebook	4
70	2	19	2	3	2	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	39	T	5	T	1	Instagram,snapchat,BBM,Line, Whatsapp	4
71	2	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	30	S	6	T	1	IG, Twitter, Blog, Snapchat, FB, Tumblr, BBM, Line, WA,ask.fm,	10
72	2	18	1	3	2	4	2	3	3	3	4	2	4	4	3	4	36	T	5	T	1	IG,FB, BBM, Whatsapp, Line, Telegram, Messenger	7
73	2	18	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	27	R	6	T	1	Instagram, bbm, line	3
74	2	21	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	36	T	6	T	1	Instagram, bbm, line	3
75	2	21	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	4	4	3	3	34	S	4	S	1	Ig, sc, line, wa, email	5
76	2	20	1	3	2	4	3	2	3	3	4	1	4	3	3	2	32	S	5	T	1	Bbm, line, WA, twitter, FB,IG, path, snapchat	8
77	2	21	1	3	1	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	34	S	4	S	1	Ig,line,bbm,wa	4
78	1	18	1	3	1	4	3	1	3	3	4	3	4	4	3	2	34	S	4	S	1	Line,whatsapp,telegram	3
79	2	19	1	3	2	3	4	2	3	3	2	2	3	2	3	2	29	R	5	T	1	Instagram, telegram, whatsapp, line, imo	5

80	2	19	2	3	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	41	T	4	S	1	Instagram, Facebook, Twitter, Line, Path, WhatsApp	6
81	2	19	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	31	S	6	T	1	Instagram, Facebook, Line, Whatsapp	4
82	2	23	2	3	1	4	3	4	4	3	4	1	4	4	3	4	38	T	4	S	1	Instagram, FB, Line, WA	4
83	2	20	2	3	3	3	4	2	4	1	4	3	4	4	3	3	35	S	6	T	1	instagram line	2
84	2	21	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	4	4	2	1	30	S	6	T	1	Instagram, line, WA, facebook	4
85	1	21	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	3	1	32	S	6	T	1	Facebook, instagram, line, whatsapp, BBM, path	6
86	1	19	2	3	1	4	3	3	3	3	4	1	4	4	3	2	34	S	4	S	1	Ig, twitter,fb,wa,line,bbm,path	7
87	2	21	2	3	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	39	T	5	T	1	Facebook, BBM, line, whatsapp, imo	6
88	1	20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	31	S	6	T	1	Instagram, Instan Messaging (BBM, Line, Whatsapp)	4
89	2	20	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	28	R	6	T	1	Instagram, twitter, line, path	4
90	2	20	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	3	30	S	6	S	1	Line, instagram, BBM, WA,	4
91	2	21	1	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	29	R	5	T	1	instagram, twitter, snapchat, facebook. BBM line whatsapp	7
92	2	20	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	27	R	6	T	1	Instagram, Line, Whatsapp	3
93	1	20	1	3	2	3	4	3	4	3	4	1	4	4	1	3	34	S	5	T	1	Bbm wa line sc ig path	6
94	1	18	1	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	1	3	35	S	6	T	1	Line, instagram, snapchat, path	4
95	2	21	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32	S	6	S	1	Instagram, BBM, Line, WhatsApp, Facebook	5
96	1	19	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	33	S	5	T	1	ig, BBM,line, wa,fb.	5
97	2	18	1	3	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	39	T	5	T	1	ig, twitter, fb, BBM, line, whatsapp, telegram	7
98	2	21	1	2	2	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	38	T	4	S	1	ig, BBM, Line, Whatsapp	4
99	1	22	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	29	R	6	T	1	ig, fb, wa, Line	4
100	1	21	2	3	2	2	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	28	R	5	T	1	fb, line, ig	3
101	2	18	2	3	2	4	4	3	3	4	4	1	4	3	4	1	35	S	5	T	1	ig, Snapchat, fb, BBM, Line	5
102	2	20	1	2	2	3	4	3	3	3	4	2	4	1	4	3	34	S	4	S	1	ig, twitter, snapchat, BBM, line, wa, path	7
103	2	21	2	3	2	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	2	35	S	5	T	1	Instagram, Line, BBM	3
104	2	21	1	3	1	3	4	2	3	3	3	2	3	4	3	3	33	S	4	S	1	ig, BBM, line, whatsapp	4
105	2	22	1	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	37	T	5	T	1	ig, BBM, Line, Whatsapp, Facebook	5

106	2	22	2	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	39	T	5	T	1	ig, fb, tumblr, instant messaging	5
107	2	22	1	3	2	3	3	3	3	4	3	1	4	3	1	3	31	S	5	T	1	Instagram, BBM, Line , Whatsapp, Path	5
108	2	21	2	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	37	T	5	T	1	Instagram, facebook, twitter, bbm, line, whatsapp	6
109	1	21	2	3	3	4	3	3	3	3	4	1	4	3	3	4	35	S	6	T	1	Instagram, Facebook, bbm, line,wa	5
110	2	22	2	3	1	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	40	T	4	S	2	Bbm, Line dan Instagram	3
111	2	20	1	2	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	40	T	4	S	2	ig, path, Line, wa, BBM, Snapchat	6
112	2	21	1	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	35	S	5	T	2	Line	1
113	2	22	1	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	35	S	6	T	2	Instagram, Snapchat, Line, BBM,	4
114	2	21	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	4	29	R	6	T	2	Whatsapp, BBM, Instagram, Line, Telegram, Facebook	6
115	2	21	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	37	T	6	T	2	Instagram, path, snapchat, bbm, line, wa	6
116	2	21	1	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	36	T	6	T	2	Bbm,line,whatsap,instagran	4
117	2	19	2	3	3	1	2	1	2	4	2	1	3	3	3	3	25	R	6	T	2	Instagram, Whatsapp, BBM, Line, Path, Snapchatt	6
118	2	19	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	3	36	T	6	T	2	Instagram	1
119	2	21	2	3	2	3	2	2	2	3	4	3	4	4	3	3	33	S	5	T	2	Facebook, bbm, line, dan wa	4
120	2	22	1	3	3	3	3	1	4	3	4	3	4	4	3	3	35	S	6	T	2	Instagram, twitter, facebook, blog, snapchat, BBM, line, path, whatsapp	9
121	1	21	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	5	T	2	Facebook, Line, dan Whatsapp	3
122	1	22	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	2	34	S	6	T	2	Instagram, blog, Facebook, Line, WhatsApp	5
123	1	22	3	3	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	40	T	5	T	2	Instagram, Twitter, Facebook, BBM, Line, whatsapp	6
124	2	20	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	32	S	5	T	2	Ig, wa, bbm, fb	4
125	2	22	2	3	3	3	4	4	3	3	4	1	4	4	3	3	36	T	6	T	2	Instagram, facebook, bbm, line, whatsapp, path, telegram	7
126	2	21	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	4	4	2	33	S	6	T	2	Instagram, twitter, facebook, line, whatsapp	5
127	1	22	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	30	S	5	T	2	instagram, fb, bbm, line	4
128	2	21	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	S	6	T	2	Instagram, line, whatsapp	3
129	2	22	1	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	4	2	2	30	S	6	T	2	Bbm line	2
130	2	19	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	5	T	2	Bbm line wa	4
131	1	18	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34	S	6	T	2	Instagram, snapchat, bbm, line, whatsapp	5

132	2	18	3	3	3	2	3	2	4	1	2	1	3	3	3	3	27	R	6	T	2	Bbm, line, whatsapp, instagram	4
133	2	18	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	31	S	5	T	2	ig, line	2
134	2	23	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	30	S	6	T	2	bbm, line, wa, ig	4
135	2	18	1	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3	2	33	S	5	T	2	Instagram, BBM, Facebook, Line, watsapp	5
136	2	21	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	3	3	34	S	6	T	2	Instagram, facebook, bbm, line, wa	5
137	2	21	2	3	1	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	38	T	4	S	2	Instagram, facebook, line, wa bbm	5
138	1	21	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	28	R	5	T	2	Instagram, whatsapp, line, telegram, facebook	5
139	2	18	2	3	3	3	3	1	2	4	3	3	4	4	2	1	30	S	6	T	2	Instagram, Facebook, Line, Whatsapp	4
140	2	18	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	2	2	35	S	6	T	2	Instagram, BBM, Line, Whatsapp	4
141	2	18	2	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	4	3	3	35	S	6	T	2	BBM	1
142	2	20	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	3	2	35	S	6	T	2	Instagram, Line, Wa, Snapchat, Path	5
143	2	19	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	28	R	5	T	2	Instagram, line, whatsapp	3
144	1	19	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	28	R	5	T	2	Ig, Line	2
145	2	18	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	5	T	2	Instagram, Line, BBM	3
146	2	20	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	36	T	6	T	2	Bbm line twitter ig path whatsapp	6
147	2	22	1	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	28	R	5	T	2	Ig, twitter, blog, sc, fb, bbm, line, wa	8
148	1	18	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	33	S	5	T	2	LINE, BBM, Instagram, Facebook	4
149	2	20	2	3	3	3	4	3	3	4	3	1	3	3	4	2	33	S	6	T	2	instagram, snapchat, line, whatsapp	4
150	1	19	2	3	1	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	40	T	4	S	2	Instagram, Twitter, Blog, Facebook, Line, Whatsapp	6
151	1	20	1	3	3	3	3	2	3	4	3	1	3	3	2	3	30	S	6	T	2	Instagram,twitter,snapchat,line,whatsapp	4
152	2	21	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	31	S	5	T	2	Line	1
153	2	22	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2	4	4	3	3	34	S	5	T	2	Bbm, line, whatsapp, instagram, facebook	5
154	2	21	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	33	S	6	T	2	Instagram, bbm, line,wa, fb, blog	6
155	2	18	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	38	T	4	S	2	Instagram , twitter, snapchat , facebook , bbm , line	6
156	2	20	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	31	S	6	T	2	Instagram, line, whatsapp, bbm, twitter, facebook	6
157	2	19	2	3	2	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	39	T	5	T	2	Instagram, line, whatsapp, tumblr, Twitter	5

158	2	19	2	3	3	1	4	1	3	3	1	2	2	2	3	3	25	R	6	T	2	ig, line, WA, path,	4
159	2	18	1	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	34	S	6	T	2	Line, whatsapp, bbm, instagram	5
160	2	20	2	3	3	3	2	2	2	2	4	1	4	4	2	3	29	R	6	S	2	Instagram, line, whatsapp, instagram	4
161	2	21	2	3	3	3	3	3	2	3	4	1	4	4	3	2	32	S	6	T	2	Instagram, twitter, facebook, Whatsapp, line, path, BBM	7
162	2	19	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	3	3	34	S	6	T	2	Instagram, twitter, blog, facebook, bbm,line,wa	7
163	2	21	1	3	3	2	2	3	4	2	3	1	3	4	1	2	27	R	6	T	2	Instagram, Blog, Snapchat, Facebook, Line dan Whatsapp	6
164	2	21	1	3	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	38	T	5	T	2	Bbm line WA	3
165	2	20	2	3	1	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	2	38	T	4	S	2	Instagram, snapchat, twitter, BBM, line, whatsapp	6
166	2	20	2	3	3	4	3	2	2	2	4	2	3	4	3	3	32	S	6	T	2	Instagram,snapchat,bbm,line,WA	5
167	2	19	2	3	3	1	4	1	3	3	1	2	2	2	3	3	25	R	6	T	2	ig, line, WA, path,	4
168	1	21	1	3	3	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	26	R	6	T	2	bbm	1
169	1	21	3	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	31	S	6	T	2	Instagram, twitter, line, bbm, whtsapp	5
170	2	19	1	3	2	3	3	4	3	3	4	2	4	4	2	2	34	S	5	T	2	Line,Instagram,facebook	3
171	2	21	1	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	39	T	6	S	2	Instagram, snapchat, twitter, facebook, line, whatsapp, imo	7
172	2	21	1	3	2	4	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	36	T	5	T	2	Instagram, twitter, snapchat, facebook, Line	5
173	2	20	1	3	2	4	3	3	2	4	4	1	4	3	3	4	35	S	5	T	2	Ig, bbm, line, path	4
174	2	18	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	35	S	6	T	2	Ig, line	2
175	2	18	2	3	3	2	3	3	2	4	4	1	4	4	3	3	33	S	6	T	2	wa, bbm,line, IG	4
176	1	18	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	35	S	5	T	2	BBM	1
177	2	20	1	3	1	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	39	T	4	T	2	BBM, LINE, INSTAGRAM	3
178	1	19	3	3	1	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	36	T	4	S	2	Instagram,bbm dan line	3
179	2	18	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	1	35	S	6	T	2	Bbm,line,instagram,whatsapp,path	5
180	2	20	1	2	1	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	37	T	3	R	2	Instagram, BBM, Line	3
181	2	20	1	3	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	41	T	5	T	2	Line bbm instagram facebook whats app	5
182	1	18	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	31	S	6	T	2	Line Instagram Facebook	3
183	2	19	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	39	T	5	T	2	fb, bbm, line,wa	4

184	2	18	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	34	S	6	T	2	Instagram, Line, Bbm	3
185	2	21	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	30	S	6	T	2	line, instagram, snapchat, tumblr, whatsapp	5
186	2	18	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32	S	5	T	2	Line,bbm,whatsapp,fb	4
187	2	20	1	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1	29	R	5	T	2	Instagram, line, bbm	3
188	2	21	1	3	2	3	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	36	T	5	T	2	Instagram, twitter, snapchat, facebook, line, whatsapp	6
189	2	18	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	30	S	6	S	2	Instagram . Bbm . Line . Facebook . Whatsapp	5
190	2	21	2	3	3	3	3	2	3	3	4	1	4	3	3	2	31	S	6	T	2	Instagram, twitter, blog, facebook, bbm, line, whatsapp	7
191	2	21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	6	T	2	Facebook. Instagram bbm line	4
192	2	21	1	3	2	4	2	4	2	4	4	3	3	4	3	4	37	T	5	T	2	Instagram,facebook,BBM,Line, Whatsapp	5
193	2	20	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	29	R	5	T	2	Instagram, Line, Whatsapp, BBM, Facebook, Path, Tumblr	7
194	1	19	1	3	1	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	37	T	4	S	2	ig, Line, BBM,wa, fb	5
195	2	21	2	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	38	T	4	S	2	Line, wa, bbm, instagram	4
196	2	20	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	32	S	6	T	2	Instagram, Facebook, whatsApp, Line	3
197	1	20	3	3	3	2	4	1	3	3	2	1	2	3	2	1	24	R	6	T	2	BBM, Line, Whatsapp, facebook, instagram	5
198	2	18	3	3	2	4	4	3	3	3	4	1	4	3	3	1	33	S	5	T	2	Instagram, twitter, facebook, BBM, Line, Whatsapp.	6
199	1	22	2	3	3	4	3	4	4	4	3	1	4	4	4	1	36	T	6	T	2	Instagram. Facebook. Bbm. Line. Whatsapp. Twitter. Gmail.	7
200	2	20	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	26	R	6	T	2	Instagram, ask.fm, tumblr, line, whatsapp	5
201	1	19	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	35	S	6	T	2	Ig, twitter, blog, bbm, line, whatsapp, telegram	7
202	2	21	1	3	3	3	4	2	3	3	4	1	4	4	3	3	34	S	6	T	2	Instagram, line, bbm, whatsapp, snapchat, path	6
203	2	18	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	33	S	5	T	2	Instan messagaging (BBM, Line)	2
204	1	19	2	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	2	27	R	6	S	2	Instagram, facebook, line, whatsapp, blog	5
205	2	18	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32	S	6	T	2	instagram, facebook, line, bbm	4
206	2	21	1	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	37	T	6	T	2	Instagram. Twitter. Line. Whatsapp. Youtube	5
207	2	20	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	26	R	6	T	2	Line, Wa, Instagram , BBM	3

208	2	19	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	4	3	3	34	S	6	T	2	Bbm, line, whatsapp	3
209	2	22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	33	S	6	T	2	Bbm, line, whatsapp, facebook, instagram.	5
210	2	22	2	3	1	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	38	T	4	S	2	Fb,instagram,line, bbm,wa.	5
211	2	18	2	3	1	4	3	1	3	3	4	3	4	4	3	3	35	S	4	S	2	Twitter,facebook,bbm,line,whatsapp	5
212	2	23	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	S	6	S	2	Instagram, bbm, line, fb	4
213	2	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	31	S	6	T	2	Wa, line, fb, instagram, google, yahoo, youtube	7
214	2	21	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	34	S	6	T	2	Facebook, Instagram, Bbm, Line, Whatapp	5
215	2	18	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	27	R	6	T	2	Instagram, bbm, line	3



LAMPIRAN OUTPUT HASIL ANALISA DATA



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kese pian ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: intensitas

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471 ^a	.222	.218	.684

a. Predictors: (Constant), kese pian

b. Dependent Variable: intensitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.414	1	28.414	60.812	.000 ^b
	Residual	99.521	213	.467		
	Total	127.935	214			

a. Dependent Variable: intensitas

b. Predictors: (Constant), kese pian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.653	.400		4.131	.000
	kese pian	.093	.012	.471	7.798	.000

a. Dependent Variable: intensitas

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.89	5.56	4.75	.364	215
Residual	-1.097	1.275	.000	.682	215
Std. Predicted Value	-2.377	2.221	.000	1.000	215
Std. Residual	-1.605	1.865	.000	.998	215

a. Dependent Variable: intensitas

Uji Normalitas

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: intensitas

